

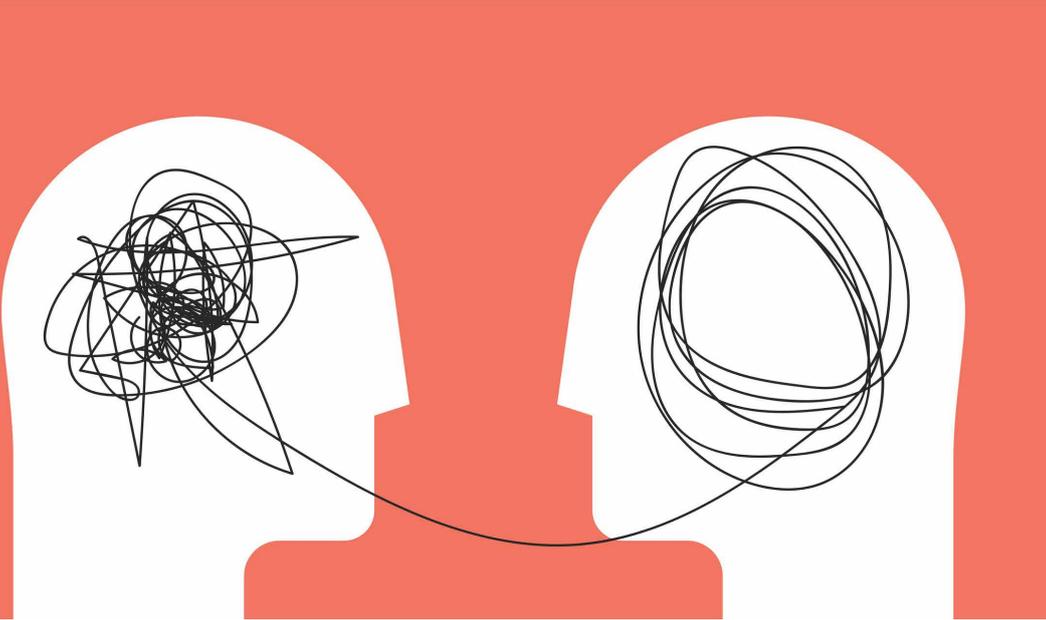


## Tema 3.4

Ejercicios  
prácticos para  
vender productos  
financieros

Como ya sabes, el storytelling crea una conexión especial, pues se invoca al corazón y a los sentimientos del consumidor.

Asimismo, los mensajes apoyados en el storytelling hacen de la publicidad algo más digerible, impresionante e interesante, sin resultar intrusivos para el consumidor, ya que este tipo de publicidad causa menos molestia que un mensaje tradicional (Miller, 2018).



---

## Casos de éxito en storytelling: Adidas y IKEA

Grandes empresas en todo el mundo han utilizado el storytelling como una herramienta para armar campañas publicitarias con mensajes muy específicos. Algunas de estas campañas se volvieron famosas y hasta símbolo de referencia para otras empresas y marcas.

Un ejemplo de lo anterior es la campaña que lanzó la marca Adidas: “Nada es imposible”, en donde algunas estrellas del deporte como David Beckham o Leo Messi explican las barreras tuvieron que vencer para transformarse en los íconos de referencia que hoy son en el mundo del deporte.



Fuente: Pro:Direct Soccer. (2007, 20 de agosto). *Impossible is nothing – Lionel Messi* [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/QBa8GvuWUsU>



Fuente: IKEA España. (2014, 14 de mayo). *Crea en tu terraza un jardín urbano con IKEA* [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/PCgpxr3x7Bc>

Algunos otros anuncios parecieran estar inspirados en cortos cinematográficos (no olvides que el cine también es una fuente de inspiración e influencia para contar historias que conectan). El siguiente anuncio de IKEA hace alusión a cómo un padre arregla el patio trasero con su hijo y de cómo influye en la experiencia de su estado de ánimo.

## Cierre

Como has podido observar, existen algunas herramientas importantes que debes considerar para implementar el storytelling enfocado a la venta de productos financieros, tales como las historias visuales, la personalidad y la persuasión. Conocer el perfil de tu cliente, establecer un objetivo medible y aplicar la psicología del consumidor son herramientas complementarias que pueden apoyarte a diseñar narraciones de historias poderosas enfocadas a lograr más conversiones de tus productos y servicios financieros.

Los expertos en marketing y ventas de diversas industrias confirman que la generación de contenido, tanto digital como en físico, está en tendencia hoy en día. Muchas empresas están dedicando su tiempo y esfuerzos a fortalecer su estrategia de comunicación de venta debido a que es un elemento clave para destacarse entre los competidores.

Asimismo, la estrategia de comunicación de venta puede potencializar una marca y su presencia en el mercado, creando un sentido de urgencia ante el escucha, además de que un cliente potencial siempre estará dispuesto a escuchar más cuando siente una conexión emocional con la historia que le están contando. También es importante resaltar que la lealtad de tus clientes no tiene que ver con los presupuestos de inversión, ni con el precio del producto financiero que estás vendiendo, sino con los valores que conscientemente transmitas a través de tu historia.

Recuerda que cuando pongas en práctica todas las herramientas y los conceptos de storytelling aquí revisados, será más fácil que aumentes tu probabilidad de éxito con tus clientes potenciales.

¿Estás listo para contar tus primeras historias?, ¿cuál es tu experiencia contando historias?



---

# Referencias bibliográficas

- Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., y Guerra, A. (2018). *La administración de ventas: Conceptos Clave en el Siglo XXI*. España: 3Ciencias.
- Boldosova, V. (2020). Telling stories that sell: The role of storytelling and big data analytics in smart service sales. *Industrial Marketing Management*, 86.
- Hyne, K. (2018). How brands can create a compelling sales proposition through storytelling. *Journal of Brand Strategy*, 7(1).
- Miller, D. (2018). *Cómo construir una storybrand* (1a edición). USA: Empresa Activa.
- Sanchez, E. (2018). 3 Consejos para utilizar Storytelling en ventas. Revista Merca2.0. Recuperado de <https://www.merca20.com/consejos-storytelling-ventas/>
- Solomon, M. (2017). *Comportamiento del consumidor* (11ª edición). México: Pearson.