

Objetivos

1. Identificar y comprender las claves que nos unifican a los seres humanos como consumidores de historias desde nuestro nacimiento, para poder aprovechar esta base conceptual en el diseño del storytelling comercial.
2. Identificar y comprender conceptualmente de qué hablamos cuando hablamos de Storytelling para poder encuadrar adecuadamente nuestro diseño posterior de Storytelling comercial.
3. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito de la Política, para extraer de esos ejemplos aprendizajes aplicables al ámbito comercial.
4. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito de la Publicidad, para extraer de esos ejemplos aprendizajes aplicables al ámbito comercial.
5. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito del Cine, para extraer de esos ejemplos aprendizajes aplicables al ámbito comercial.
6. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito Empresarial, para extraer de esos ejemplos aprendizajes al ámbito comercial.
7. Identificar las habilidades y capacidades personales que un Comercial necesita para utilizar y aplicar convenientemente el Storytelling en el ámbito comercial (y con ello conseguir vender más).
8. Identificar los errores habituales que los Comerciales cometen cuando articulan y transmiten su discurso al cliente, para evitarlos a la hora de diseñar nuevas formas de comunicar para vender, especialmente en entornos comerciales denominados "difíciles".
9. Identificar las claves de la Economía Conductual y comprender cómo funcionan los "sesgos cognitivos" para entender cómo las personas tomamos decisiones y por lo tanto cómo diseñar historias (Storytelling) que ayuden al Comercial a vender.

Parámetros de evaluación

1. Ser capaz de identificar las claves del desarrollo antropológico del ser humano y los argumentos y arquetipos universales.
2. Identificar conceptualmente qué es el Storytelling para diferenciarlo de otras técnicas narrativas.
3. Ser capaz de extraer el "esquema Storytelling" en las estrategias políticas, para obtener el condensado aplicable con el que diseñar nuestros propios esquemas Storytelling.
4. Ser capaz de extraer el "esquema Storytelling" en campañas publicitarias, para obtener el condensado aplicable con el que diseñar nuestros propios esquemas Storytelling.
5. Ser capaz de extraer el "esquema Storytelling" de historias contadas a través del Cine, para obtener el condensado aplicable con el que diseñar nuestros propios esquemas Storytelling.
6. Ser capaz de extraer el "esquema Storytelling" de historias empresariales, para obtener el condensado aplicable con el que diseñar nuestros propios esquemas Storytelling.
7. Ser capaz de identificar el grado de desarrollo de cada una de las habilidades y capacidades personales que un Comercial necesita para aplicar convenientemente el Storytelling en las ventas, para realizar un plan de mejora personal y/o ayudar a otros a realizarlo.
8. Ser capaz de comprender los errores comunicativos más frecuentes en el ámbito comercial cuando nos dirigimos a clientes con la intención de vender, para evitarlos.
9. Ser capaz de entender cómo funcionan los "atajos mentales" inherentes al ser humano a la hora de tomar decisiones (en este caso decisiones contextualizadas en el ámbito compras/ventas).

Programa

Unidad 1. Storytelling aplicado al ámbito comercial: los cimientos

Unidad 2. Storytelling aplicado al ámbito comercial: claves del Storytelling en ámbitos la política,

medicina, educación y deporte.

Unidad 3. Storytelling aplicado al ámbito comercial: Storytelling en el Marketing y la publicidad.

Unidad 4. Storytelling aplicado al ámbito comercial: Sesgos mentales

Unidad 5. Storytelling aplicado al ámbito comercial: conocer al consumidor (buyer persona)

Unidad 6. Storytelling aplicado al ámbito comercial: cliente-narrador

Material desarrollado por

Antonio Romero Cabrillana

DIRECTOR COMERCIAL

Experiencia profesional

Asesor Financiero (OVB Allfinanz España S.A.) 2020 - Actualidad.

Socio Director, Consultor Estratégico para empresas (ARC Consultoría) 2009 - Actualidad.

Director Comercial (SURJET SUMINISTROS TÉCNICOS DEL SUR, S.L.U.) 2020 - 2022.

Ejecutivo de Ventas (Digisystem Technologies) 2020.

Key Account Manager, Responsable Soluciones Gestión Documental Inteligente (COANDA) 2020.

Director Comercial (Grupo RICO IT Solutions) 2016 - 2019.

Director y Presentador Programa "Mejorando lo Presente" (Onda Azul Málaga) 2010 - 2017.

Consultor Área Centros Comerciales & Retail, Responsable Andalucía y Levante, (NewCConsulting). 2014 - 2015.

Director (Centro Comercial Augusta; Zaragoza; KLEPIERRE) 2013.

Gerente (Centro Comercial Nueva Condomina; Murcia KLEPIERRE) 2012 - 2013.

Gerente (Centro Comercial Rosaleda; Málaga, KLEPIERRE) 2002 - 2012.

Competencia docente

Profesor Área Ventas (Pharmanagement Business School).

Formación In-Company a medida para Empresas (ARC Formación).

Profesor y Mentor en el MBA Postgrado (ESESA).

Profesor y Mentor en el Master de Emprendedores Tecnológicos, MEET (ESESA).

Co-director del Área de Proyectos del Programa Superior en Gestión de Oficinas de Farmacia (ESESA).

Coach Director (Coachin4Retail, CoachingGrowth, Habilidades Comerciales).

Formación académica

Diplomatura Magisterio (Universidad de Málaga).

Programa Superior en Dirección de Ventas (ESIC).

MBA Executive y Máster en Dirección Financiera (ESESA).

Curso Valoración Empresas en Marcha (Iniciativas Empresariales).

Maestro Online, Formación Online (Vidroop).

Adm formación e-Learning, Curso Gestión Documental con Alfresco, Software.