

0.0

Comentarios (0)

Claudio Seguel Ramos

Santiago De Chile, Chile
Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Panelista

País de residencia: Chile

Nacionalidad: Chile

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Storytelling, Brandstory, Branding, Marketing, Storytelling Organizacional, Storytelling para las marcas, Arquetipos para las marcas, Personal Storytelling, Recursos Humanos, Gerencias de Marketing, Gerencias de comunicaciones.

Descripción del perfil

Publicista, Storyteller y Escritor. CEO & Strategic Storyteller de www.brandstory.cl / Escritor de los libros de "Storytelling, Brandstory, historias que dejan marcas", "Look and Feel, la Observación como método de obtención de historias para las marcas" y "Focustory, haciendo foco en las historias". He realizado conferencias y asesorías en países como México, Colombia, Paraguay, Argentina, Chile, entre otros. Y actualmente soy Académico de Relatos Publicitarios en la Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad Autónoma de Chile. Contacto claudio@brandstory.cl

Conferencias, Cursos o Talleres

Storytelling para el éxito de los negocios

De 1 Hora a 2 Horas

Vivimos en un mundo frío y desconfiado, círculos sociales cada vez más cerrados, en donde las personas te ignoran, te aman, te odian o simplemente no te necesitan. Un mundo en el cual el poder de desconcentración es de tan sólo segundos y en el que millones de mensajes nos bombardean a diario. Muchas marcas lo han entendido y están buscando nuevas estrategias de marketing para acercarse a los consumidores.

Focustory. Modelo para la creación de relatos de marca.

De 1 Hora a 2 Horas

Sin lugar a dudas, estamos viviendo en un mundo cada vez más pequeño. Tal como lo pregonaba a comienzos de los 80 la marca IBM y la aldea global que nos planteaba McLuhan se ha cumplido de tal manera que, lo que pasa al otro lado del mundo se sabe en segundos, haciendo que el mundo esté en constante movimiento. Por eso, lar marcas también tienen que evolucionar, pasando de las características y beneficios a preocuparse de las personas y sus hábitos de vida, porque hoy las marcas pasaron de la masividad a centrarnos en nichos más específicos de personas, transformándose en marcas contextuales.

Storytelling Organizacional

De 1 Hora a 2 Horas

Una organización es un grupo de historias personales que ayudan a la construcción de una marca. Es importante entender qué es lo que moviliza a los colaboradores de una empresa, porque ese es el inicio para definir quién es una marca. El storytelling organizacional ayuda a conectar colaboradores con marca y por ende, con los futuros clientes externos.

Presentaciones con Sentido. (Presentaciones Efectivas)

De 1 Hora a 2 Horas

Hoy las personas no nos dan un minuto de su tiempo, sino sólo unos segundos. El poder de desconcentración es de sólo segundos y si no somos capaces de cautivar a una persona en poco tiempo no lograremos concretar un negocio o vender nuestro anhelado producto. Muchas veces damos más importancia al Power Point que al contenido, dejando el éxito de la compañía en unas cuantas slides, por eso es necesario crear presentaciones efectivas que cautiven, conmuevan y convenzan a nuestra audiencia. Presentaciones con sentido.

Experiencias

CEO & Strategic Storyteller

BRANDSTORY

2015 - Actual

Estudios

Magister en Comunicación Estratégica

Pontificia Universidad Católica de Chile

2018

Libros

BRANDSTORY. Historias que dejan marcas.

Vivimos en un mundo frío y desconfiado, de círculos sociales cada vez más cerrados, en donde la personas te ignoran, te aman, te odian o simplemente no te necesitan. Un mundo en el cual el poder de desconcentración es de tan sólo segundos y en el que millones de menajes nos bombardean a diario. Muchas marcas lo han entendido y están buscando nuevas estrategias de marketing para acercarse a los consumidores. Brandstory. Historias que dejan marcas es un libro que se basa en la herramienta del storytelling como arma para generar un cambio y acercamiento entre una marca y las personas. Un libro que nos guiará en la búsqueda de aquellas historias

que hacen felices a las personas, entregándoles algo que le dé sentido a sus vidas y éstas a cambio nos den su valiosa atención. “Lo primero que debemos entender cómo habla nuestra marca y luego identificar a quién le queremos hablar o saber si a quienes les estamos hablando es el objetivo correcto. Definir un buen perfil del consumidor nos ayudará a comenzar a crear nuestra historia y saber qué debemos contar y cómo contárselo.” “El éxito comercial o fracaso de una estrategia comunicacional depende del interés de los consumidores, la capacidad de entender y creer en lo que les estamos contando.” Leer intro

http://www.brandstory.cl/2014/10/01/brandstory/

LOOK AND FEEL. La observación como método para la obtención de historias para las marcas,

El propósito de este libro es entender que para conocer a nuestro grupo objetivo es preciso conocer profundamente a las personas para lograr el anhelado engagement (compromiso) que muchos hoy buscan ansiosamente. Pero debemos saber que las personas no siempre nos dicen lo que realmente sienten y que sus palabras no necesariamente reflejan sus deseos, por lo que es imperante usar más que nuestra visión, porque la observación es mucho más que ver a través de los ojos, es tener la capacidad de identificar lo que otros no ven y apropiarnos de ello para finalmente crearles una historia con la cual ellos se identifiquen. Leer intro

http://www.brandstory.cl/2016/05/01/lookandfeel/

FOCUSTORY. Haciendo foco en las historias.

Un libro que nos plantea que el principal objetivo de una historia de marca no es convencer ni modificar la actitud de una persona, es construirle un sentido. Libro Focustory será publicado en Octubre de 2019. INTRO no es la

final, pueden variar el orden y títulos de los capítulos. Intro en http://www.brandstory.cl/2018/06/01/focustory/

Artículos

Emociones Digitales

Muchas veces nos olvidamos de vivir el momento, antes de compartirlo. Hemos transformado nuestras emociones reales en emociones digitales. Buscamos la aprobación de un like o de un comentario, de otro, antes que

disfrutar aquellas emociones en el momento preciso.

https://www.linkedin.com/pulse/emociones-digitales-claudio-seguel/

Una gran historia no necesita marketing

Las personas se conectan con aquellas marcas que vayan acorde a su filosofía de vida, no sólo en la esencia de una marca propiamente tal, por eso una gran historia es fundamental para que estas no solamente se

propaguen, sino que se transformen en marcas que nos acompañen día a día en nuestras vidas.

https://www.linkedin.com/pulse/una-gran-historia-necesita-marketing-claudio-seguel/

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/claudio