



Brandstory

TALLERES

EL SENTIDO COMÚN EN UN RELATO DE MARCA

CONTEXTO

Empatía no es ponerse en el lugar del otro, más bien es evocar los sentimientos de otro en uno mismo. Una marca debe entender la diferencia entre ser empática y simpática. El sentido común y nuestros criterios de validación nos ayudarán a crear historias de marcas más certeras en donde se valore a la persona sobre la idea.

SENTIDO DEL TALLER

Se basa en nuestro sentido común como herramienta de validación. Vivimos en un mundo en donde la Big Data cobra importancia, pero también hay que centrarse en esa Small Data que muchas veces olvidamos. Podemos tener a nuestro alcance, estudios y encuestas que avalen cuanticamente y cualitativamente por qué una persona adquiere determinado producto, pero muchas decisiones de marketing se basan en insight viscerales. El sentido común nos es nuestra manera natural de entrar en la mente y corazón de una persona para así interpretar sus emociones. Lo importante es reconocer cuán desarrollado está nuestro sentido común.

CONTENIDOS

- Tipos de Pensamientos y su relación con el marketing
- Fuentes del sentido común.
- La Data versus un Relato.
- El sentido común ante la creación de una historia de marca.
- Casos de éxito y fracaso aplicado a marcas.

METODOLOGÍA

Presencial / Teórico Práctico

SOLICITA EL TALLER A

taller@brandstory.cl