

Storytelling

Cómo narrar historias para unificar a tu equipo

La narración de historias es una herramienta clave para los gerentes de proyecto. Ya sea que se llamen planes, modelos o narraciones, las historias explican cómo funcionan las cosas, cómo tomamos decisiones o las justificamos, y cómo convencemos a los demás. Las narraciones definen y enseñan valores culturales, y nos ayudan a encontrar un terreno común. Se trata de conexión y colaboración. A través de las historias, el gerente de proyecto puede explicar los valores del proyecto, los objetivos y el comportamiento requerido.

No existen reglas formales sobre cómo crear tus historias, pero estas pautas te pueden ayudar.

1



Define tu audiencia

Cada aspecto de tu estrategia de narrar historias debe ser consciente de la audiencia. Por ejemplo, si tu equipo se comporta como si el fracaso no fuera una opción, podrías decidir transmitir el mensaje de que el fracaso es en realidad la madre del éxito. Con tu audiencia y el mensaje en mente, puedes definir cómo ilustrar tu historia.

2



Usa tu experiencia personal

Tu experiencia de vida puede ilustrar y humanizar tu mensaje. Piensa en un momento en el cual tus propios fracasos te llevaron al éxito en tu carrera, o en una lección que aprendiste de un padre o mentor. Los detalles personales que ilustran la lucha, el fracaso y las barreras superados son los que hacen que el gerente de proyecto parezca auténtico y accesible.

3



Encuentra el héroe

El tema principal debe ser alguien que conoces, las lecciones aprendidas o los eventos que has presenciado. Si es posible, haz que el público sea el héroe. Tu puedes jugar un papel en tu historia, pero no puedes ser el héroe. Cuando la audiencia es el héroe de la historia, aumentas el compromiso y la aceptación de tu mensaje.

4



Exprésate

No escatimes en la emoción. Usa expresiones faciales y el lenguaje corporal para captar la audiencia, pero no les distraigas con detalles innecesarios. Manténlo simple. Incluye algunos detalles interesantes y bien utilizados -cómo te sentiste o una expresión facial- pueden ayudar a sumergir a tus oyentes y hacer llegar el mensaje.

5



Usa tus propias palabras

Para ser auténticos, usa un lenguaje que sea natural para ti y tu audiencia. No es necesario afirmar que tu versión es la única, puedes captar la atención de la audiencia diciendo lo que sucedió según tu. Permite que la audiencia escuche tu voz, tu perspectiva y tu mensaje.



**Practical
Thinking**

Piensa Diferente, Piensa Práctico

info@practical-thinking.com
www.practical-thinking.com

"Una historia describe lo que sucedió, una buena historia muestra lo que sucedió, y una gran historia permite a la audiencia sentir lo que sucedió."

