

STORYTELLING PER L'OCUPACIÓ

Un relat inspirador sobre la teva marca personal

13/07/2018

ÍNDEX

Introducció o breu descripció de l'activitat orientadora	3
Objectius	3
Destinatari/àries	3
Justificació de la iniciativa	4
Metodologia	4
Recursos utilitzats	5
Pressupost	6
Temporalització	6
Avaluació dels resultats i impacte	7
Conclusions	7
Annexos	8

1. Introducció o breu descripció de l'activitat orientadora

Actualment els seleccionadors/es de personal de les empreses llegeixen moltíssims currículums a diari, el que pot provocar una lectura ràpida de cada un d'ells. L'originalitat i la singularitat del nostre currículum seran aspectes claus per cridar la seva atenció. Per a tenir èxit a la recerca de feina, cada vegada és més necessari dominar tècniques comunicatives que despertin l'interès de les empreses vers els candidats.

Una d'aquestes tècniques és l'*storytelling*, utilitzada especialment en publicitat per a promocionar els productes que surten al mercat i per acompanyar el discurs de ponències i conferències. L'*storytelling* és l'art d'explicar una història utilitzant el llenguatge sensorial, transmetent als oients la capacitat d'interioritzar, comprendre i crear significat personal.

Està demostrat a nivell científic que el cervell humà, quan escoltem una història, s'activa. Un exemple és quan els nins i les nines, habitualment hiperactius, algú les conta una història són capaços d'estar asseguts, escoltant el que els expliquen. En una entrevista de feina passa el mateix. Si l'usuari és capaç d'explicar una història d'alguna situació concreta, de manera atractiva i coherent per l'entrevistador, aquest atindrà i retindrà millor la informació. Per això és important fer una bona *storytelling*, preparar l'entrevista i la situació concreta que s'explicarà per tal de captar l'atenció de l'entrevistador.

A través d'aquesta proposta, volem donar a conèixer aquesta eina i facilitar-la a les persones usuàries del nostre servei, perquè puguin aprendre a construir un relat i així crear el seu *storytelling* com a eina de marca personal i per a la recerca de feina.

2. Objectius

Els objectius que volem aconseguir amb aquest projecte són els següents:

- Generals:
 1. Millorar la inserció de l'usuari al mercat laboral actual.
 2. Captar l'atenció de l'entrevistador/a i connectar emocions. Crear empatia.
- Específics:
 1. Proporcionar una eina innovadora als usuaris per aportar un valor afegit al seu currículum i augmentar les possibilitats de superar una entrevista de feina.
 2. Destacar les potencialitats de l'usuari fent ús de la marca personal per promocionar-se i diferenciar-se dels altres candidats.
 3. Treballar l'autoconeixement i augmentar l'autoestima.
 4. Fomentar el desenvolupament de competències transversals en la creació de l'*storytelling* (creativitat, espontaneïtat, adaptació, originalitat...).

3. Destinataris/àries

Aquest projecte va dirigit al col·lectiu d'estudiants titulats/ades universitaris/àries que es troben en una situació de recerca de feina activa.

Es preveu arribar a 150 persones a través de tallers i a 1400 mitjançant sessions d'orientació, d'aquesta manera el total de persones destinatàries serien 1550 persones.

4. Justificació de la iniciativa

L'Storytelling és una tècnica multifuncional que ens aporta visibilitat en el procés de buscar feina i de realitzar entrevistes.

El cervell humà està més actiu quan escolta una història. Sentir com algú narra una història ens fa connectar emocionalment, arribant inclús a identificar-nos i reviure records o experiències pròpies. Trobem un exemple en el discurs que Steve Jobs (CEO d'Apple) va fer en la graduació de la Universitat d'Stanford.

Poder fer servir aquesta tècnica aportarà a l'usuari un element de diferenciació envers la resta de candidats i li oferirà una visibilitat molt important davant de la similitud de currículums que trobem al mercat laboral actual.

A més a més, la preparació d'aquesta tècnica serveix a l'usuari com a entrenament per als processos de selecció, ja que requereix d'autoconeixement i memorització de la pròpia trajectòria professional i personal, per tal de poder crear una bona història. Tota aquesta feina personal aportarà a l'usuari seguretat i confiança en si mateix en el moment d'enfrontar-se a una entrevista de feina o presentar el seu currículum per a posicionar-se com a candidat.

Àmbits on es pot aplicar el storytelling a la recerca de feina:

- A. **Al networking.** Per a causar un major impacte a l'hora de generar o ampliar la xarxa de contactes. Les persones construïm relacions a partir d'experiències i visions compartides, i això no només es fa a través de la comunicació de valors, idees o conceptes, també compartint històries que contin qui som, en que creiem i com pensem.
- B. **A les entrevistes de feina.** "Explica'm la teva trajectòria professional" és una de les preguntes més freqüents en una entrevista de feina. La tècnica del storytelling és una estratègia original i creativa per a respondre a aquesta pregunta i acompanyar les dades formatives i professionals del nostre currículum.
- C. **Per a fer un currículum creatiu.** Tenir la nostra història construïda ens pot servir de fil conductor per fer el guió del nostre videocurrículum o donar-nos bones idees per a elaborar l'esquema d'una infografia o currículum creatiu.
- D. **Per a reforçar la marca personal.** Podem crear una història de la nostra trajectòria professional, formativa i vital que transmeti els elements més importants que ha de tenir una marca pròpia: valors, missió, propòsit, competències, donar a conèixer què és el que oferim o quin és el nostre objectiu professional.

5. Metodologia

La metodologia del projecte estarà centrada a potenciar la utilització de les noves tecnologies i fomentar l'autoaprenentatge.

L'ús d'aquesta eina no constitueix un procés estàtic, sinó dinàmic, que exigeix el desenvolupament constant de noves estratègies: que s'adaptin als canvis derivats o exigits pel context actual del mercat laboral i les tics.

Per una part es realitzarà un taller presencial on es presentarà l'eina per a crear el seu propi Storytelling.

Per tal d'optimitzar els recursos, la metodologia a l'aula serà grupal. El format d'aquesta sessió serà classe magistral, mitjançant una exposició oral amb el suport d'una presentació a través de prezi i la utilització de vídeos.

En aquest taller s'utilitzaran suports audiovisuals per exemplificar de forma més didàctica com s'ha de dur a terme la tasca. La idea principal és que una vegada s'ha conegut l'eina, els usuaris han de ser capaços de treballar de manera autònoma i crear la seva pròpia història dotant-la de la seva marca personal.

Per una altra part, també es donarà a conèixer com a eina per a la recerca de feina als usuaris de les sessions d'orientació i estarà a disposició de qualsevol altre usuari/ària del Departament d'Orientació i Inserció Professional.

Per justificar la idea del projecte, centrada a fomentar la independència de l'usuari i la utilització de les noves tecnologies, després d'aquesta primera sessió no es realitzaran més accions presencials. La següent fase consistirà en un treball personal de cada usuari, on construiran la seva història en format audiovisual i remetran l'arxiu al correu electrònic dels/de les tècnics/ques de referència. Els/ les tècnics/ques assignats/ades de cada usuari revisarà la tasca feta i avaluarà seguint els criteris indicats a la primera sessió presencial.

Per portar una bona logística, serà convenient que els participants s'apunten mitjançant el correu electrònic: [REDACTED], especificant el dia i l'hora del taller en el que participaran. Tot i això, si algú es presenta al taller sense estar apuntant també podrà participar.

6. Recursos utilitzats

Els recursos humans utilitzats per al desenvolupament d'aquest projecte seran els/ les tècnics/ques propi del Departament d'Orientació i Inserció Professional.

En relació al material que s'utilitzarà per poder presentar el taller proposat, serà el material didàctic elaborat (annex 1), a més, de material d'oficina com folis i bolígrafs que es facilitaran als/les assistents i per donar difusió al taller es realitzaran flyers informatius del taller i campanyes publicitàries a través de les xarxes socials.

Així doncs, els recursos utilitzats seran:

- **Recursos humans:** els/les tècnics/ques del DOIP
- **Recursos materials:**
 - Infraestructura:
 - Aula dotada de cadires i taules
 - Mitjans i equip tècnic:
 - Ordinador
 - Projector
 - Material didàctic propi
 - Material fungible:
 - Folis
 - Bolígrafs
 - Material de difusió del projecte
 - Flyers
 - Xarxes socials)

7. Pressupost

	Recursos	Unitats	Preu per unitat	Pressupost
Despeses directes	Material didàctic	-	-	-
	Flyer	1500	0,15 €	225 €
	Campanya publicitària a xarxes socials	2	20 €	40 €
Despeses indirectes				
	Ordinador	1	-	-
	Projector	1	-	-
	Folis	1550	0,20 €	310 €
	Bolígrafs	1550	0,30 €	465 €
TOTAL				1.040 €

Caldrà aixímateix imputar les hores de feina dels tècnics i orientadors laborals.

8. Temporalització

DIA	MES	CURS	HORARI
DILLUNS 8	OCTUBRE	2018/2019	10:00H - 12:00H
DIMARTS 16	OCTUBRE	2018/2019	11:00H - 13:00H
DIMECRES 24	OCTUBRE	2018/2019	12:00H - 14:00H
DILLUNS 4	MARÇ	2018/2019	10:00H - 12:00H
DIMARTS 12	MARÇ	2018/2019	11:00H - 13:00H
DIMECRES 20	MARÇ	2018/2019	12:00H - 14:00H

La durada d'implantació del projecte serà del curs escolar 2018/2019, amb la possibilitat de prorrogar-lo segons el grau de satisfacció dels usuaris. Per tal de facilitar la

participació realitzarem les sessions en dos períodes diferents; el primer els dilluns 8, 15 i 22 d'octubre, i el segon els dilluns 4, 11 i 18 de març. A més, l'horari també serà diferent en cada una de les sessions del període, per així oferir més oportunitats d'assistència.

9. Avaluació dels resultats i impacte

L'avaluació serà clau en el desenvolupament d'aquest projecte per conèixer els punts forts i els punts febles de la seva implementació.

Després de cada període, inclús després de cada taller, tindrem un feedback que ens permetrà conèixer i adaptar-nos a les necessitats i interessos de la majoria dels usuaris, per tal de millorar el servei.

Tot i que l'avaluació serà continua, un cop finalitzat el taller, s'enviarà un qüestionari per correu electrònic a tots els usuaris participants (Annex 2). L'objectiu d'aquest qüestionari és tenir un coneixement global sobre el taller, sobre aquells aspectes a replantejar i millorar per tal d'aconseguir els objectius previstos.

10. Conclusions

L'acompanyament en la recerca de feina no és una tasca senzilla: sobretot s'ha de fomentar l'autonomia pròpia dels usuaris, ja que són ells en última instància qui han de prendre les seves pròpies decisions i han de ser partícips en el desenvolupament del seu itinerari professional. Deixant enrere un posicionament basat en la idea de l'acompanyament "estricte", mitjançant tot allò exposat, explicat i conegut al llarg de l'ús d'aquesta eina, reassigna la tasca de recerca de feina com un procés dinàmic i autònom.

Els reptes són grans: hi ha molta gent qualificada i vàlida. Tot això, situa a l'usuari en un escenari competitiu i canviant, on promocionar-se de manera original, creativa i singular, serà l'èxit per destacar i situar-se al cim de qualsevol procés de selecció.

Grans empreses com Coca-cola, Nike, Estrella Damm o Gas Natural des de fa un temps utilitzen l'Storytelling com a tècnica de marketing. El benefici d'aquesta eina és crear un vincle que transmeti els valors i propòsits de la companyia, i els seus responsables de comunicació no dubten de la seva efectivitat: el públic recorda les històries, arriben inclús a sentir-se identificats amb elles i profunditzen en el producte.

Aquestes empreses i els nostres usuaris tenen un punt en comú: destacar per sobre dels altres i aconseguir vendre el seu producte.

Gràcies a la xarxa de tècnics/ques que treballen en el desenvolupament d'aquest projecte, s'avança conjuntament cap a una nova manera d'autopromocionar-se dintre del món laboral actual. A través d'aquesta eina, al qual es va millorant i readaptant a les necessitats de cada usuari, es treballa l'apoderament, l'autonomia i l'autoconeixement per aportar un valor afegit de qualitat i d'èxit a la creació de la pròpia marca personal i en el procés de recerca de feina.

Basant-se amb diverses recerques prèvies, podem concloure que aprendre i utilitzar una eina com l'storytelling, pot ser en sí una fita innovadora: actualment hi ha carències d'eines semblants a l'entorn formatiu.

Per aquest motiu, conèixer aquesta eina pot ser la clau per tenir èxit en la recerca de feina.

11. Annexos

11.1. Annex 1

Construeix la teva marca personal a partir d'aquestes passes

1. Vols marcar la diferència? Segueix aquestes 6 passes per construir el teu Storytelling

Pas 1: Identifica el teu propòsit

Pensa en coses que t'agradi fer i fes una llista amb les 10 principals. Llavors identifica breument perquè les fas i que t'aporten.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Una vegada definits els teus propòsits i les teves motivacions, elegeix quines són les tres que més t'apassionen.

1. _____
2. _____
3. _____

I ara aplica un darrer filtre; Quina d'elles pots fer millor que els demés? Perquè? Cerca una resposta sòlida i convincent.

1. _____

Pas 2: Enfoca els teus valors

Descobrir els valors més importants per a la teva vida t'ajudarà a conèixer-te millor, guanyar claredat mental, a prendre decisions, viure amb integritat, saber a què dedicar el teu temps i a empoderar-te per l'acció.

A més, els teus valors són allò que t'ajudaran a diferenciar-te de possibles competidors i seran capaços de donar-te personalitat pròpia i una valor afegit.

Per explorar quins són els teus, selecciona 10 valors de la llista que apareix a continuació. Un cop elegits, ordena'ls de l'1 al 10 per ordre de prioritat.

1. Abundància	43. Conformitat	85. Experiència	127. Pessimisme
2. Acceptació	44. Congruència	86. Extraversió	128. Plaer
3. Activitat	45. Coneixement	87. Fama	129. Poder
4. Adaptabilitat	46. Continuitat	88. Família	130. Popularitat
5. Afectivitat	47. Control	89. Fe	131. Pragmatisme
6. Agilitat	48. Convicció	90. Felicitat	132. Preparació
7. Agressivitat	49. Cooperació	91. Fortalesa	133. Privacitat
8. Alegria	50. Coratge	92. Fracassar	134. Proactivitat
9. Alerta	51. Creativitat	93. Guanyar	135.
Professionalitat			
10. Altruisme	52. Creixement	94. Generositat	136. Prosperitat
11. Amabilitat	53. Cura	95. Gràtitud	137. Prudència
12. Ambició	54. Curiositat	96. Habilitat	138. Puresa
13. Amistat	55. Dependència	97. Heroisme	139. Racionalitat
14. Amor	56. Desafiament	98. Humor	140. Rapidesa
15. Estima	57. Descansar	99. Independència	141. Realisme
16. Aprendre	58. Descobriments	100. Individualitat	142. Reconeixement
17. Harmonia	59. Destacar	101. Influència	143. Resistència
18. Arriscar	60. Determinació	102. Inspiració	144. Respects
19. Art	61. Diferència	103. Intel·ligència	145. Responsabilitat
20. Assertivitat	62. Dignitat	104. Intensitat	146. Sacrifici
21. Atractiu	63. Diligència	105. Intentar	147. Salut
22. Atreviment	64. Diners	106. Introversió	148. Satisfacció
23. Audàcia	65. Disciplina	107. Intuïció	149. Seguir
24. Autocontrol	66. Discreció	108. Invenció	150. Seguretat
25. Auto-respecte	67. Disposició	109. Justícia	151. Sensualitat
26. Aventura	68. Diversió	110. Joventut	152. Sexualitat
27. Bellesa	69. Dominància	111. Lleialtat	153. Silenci
28. Benevolència	70. Educació	112. Llibertat	154. Simplicitat
29. Benestar	71. Efectivitat	113. Liderar	155. Soledat
30. Qualitat	72. Eficiència	114. Assoliment	156. Solidaritat
31. Canvi	73. Elegància	115. Longevitat	157. Superació
32. Caritat	74. Empatia	116. Maduresa	158. Treball en
equip			
33. Ciència	75. Encant	117. Matrimoni	159. Tranquil·litat

34. Comoditat	76. Ensenyar	118. Modèstia	160. Valentia
35. Compassió	77. Entreteniment	119. Motivació	161. Veritat
36. Competència	78. Entusiasme	120. Naturalesa	162. Vigor
37. Complexitat	79. Equilibri	121. Optimisme	163. Visió
38. Componiment	80. Espiritualitat	122. Orgull	164. Vitalitat
39. Compromís	81. Espontaneïtat	123. Originalitat	165. Voluntat
40. Consciència	82. Estabilitat	124. Passivitat	166.
Voluntariat			
41. Connexió	83. Excel·lència	125. Perfecció	
42. Confiança	84. Èxit	126. Perseverança	

Font: <https://www.lifeder.com/lista-de-valores-humanos/>

Pas 3: La línia de la vida

Tenir clar d'on vens i cap on et dirigeixes és imprescindible per traçar el fil conductor de la teva història.

Crea una línia horitzontal que representi la teva vida, marca un punt intermig que representi el moment actual, un a l'extrem esquerre que representi el teu passat i un altre a l'extrem dret que representi el teu futur.

L'objectiu és prendre consciència d'allò que consideres important a la teva vida. Pots representar-hi experiències personals, professionals, etc.

Passat
Present
Futur

Pas 4: Què ets capaç d'aportar al altres?

La teva història ha de ser un relat motivador i és important que no caiguis en l'egocentrisme. Cal que reflexionis sobre què aportes als demés, com la teva feina, formació o serveis poden ajudar al altres.

Com que aquesta pot ser no sigui una tasca fàcil pots demanar ajuda a la gent que t'envolta. Atreueix-te a demanar a les persones més properes què opinen de tu. Fins i tot, pot ser que et sorprenguis i descobreixis coses molt interessants sobre tu mateix!

Pots utilitzar aquesta guia de preguntes per fer als altres per obtenir informació:

- Què creus que em diferencia de les demés persones?
- Si haguessis de triar una paraula que em defineixi, quina seria? Perquè?
- Si fos un superheroi, quin seria el meu superpoder? Perquè?
- Recordes alguna cosa bona-positiva que hagi fet per tu? Quina?

Pas 5: Els altres personatges de la teva història

Com a qualsevol altre relat, la teva història ha d'incloure també altres personatges. No oblidis parlar d'aquelles persones; amics, familiar, mentors, que creuen en tu i t'han ajudat al llarg de la teva trajectòria.

Recordes qualche professor que t'hagi marcat especialment? Has tingut algun cap que t'hagi inspirat?

És hora de furgar entre els teus records i recuperar els personatges que han deixat empremta.

També pots incloure adversaris com a situacions adverses que t'hagin ajudat a créixer. Recalca-ho de manera que el relat quedi sempre en positiu.

Omple el següent quadre per determinar els altres interventors:

Personatge	Quina relació tens/tenies amb ell/a?	Què t'aporta o et va aportar?

Pas 6: Connecta els punts anteriors

Ara que ja has recollit informació suficient sobre la teva vida, cal que construeixis una narrativa. Fes-ho sempre a partir d'experiències ordenades cronològicament: successos de la infantesa, adolescència o joventut que t'hagin ajudat a créixer.

Relata també algun aconteixement molt important que t'hagi passat com un canvi de país de residència, un llarg viatge, un canvi arriscat per apostar per allò que t'agrada...

Es tracta de connectar totes aquelles experiències i vivències de la teva vida que, pot ser abans no tenien sentit, i que gràcies a elles, has arribat on ets ara.

I en darrer lloc, no oblidis que inspirar també és una forma de vendre's.

Altres consells...

- Utilitza una redacció natural, real i que enganxi. Pots emprar l'humor com a recurs.

- No contis tots els detalls alhora, deixar un poc a la imaginació perquè el lector en vulgui saber més.
- Exposa idees per tal de transmetre que tens la capacitat per superar els reptes que aquella feina o qualsevol altre et podrà suposar.
- S'ha d'intentar contar el resultat de cada treball realitzat, de cada experiència viscuda. Posa l'èmfasi al que has après i evita presumir del que un has fet.
- Som éssers emocionals, rompre amb la formalitat i contar les coses de forma natural et farà connectar amb el lector. El teu objectiu ha de ser aconseguir emocionar-lo.
- La història ha de tenir moments d'incertesa, de dualitat
- L'Storytelling ha de ser un pont cap a l'empatia i aconseguir que els altres es vegin reflexats en un o alguns aspectes de la teva història.

Com a exemple...

Mira el vídeo del discurs que va fer Steve Jobs als graduats de Stanford
<https://www.youtube.com/watch?v=uXKku2KYZf0>

4. Enllaços d'interès:

Les 22 regles de l'escriptura segons Pixar: <https://www.literautas.com/es/blog/post-6965/las-22-reglas-de-la-escritura-segun-pixar/>

Tipus de relats per inspirar el teu Storytelling
<https://www.soyunamarca.com/6-tipos-de-relatos-de-storytelling-en-personal-branding/>

25 eines on aplicar el publicar storytelling
<http://aulacm.com/guia-storytelling-marketing-personal-y-corporativo/>

5. Referències

Fundación Cruzcampo. 19 mayo 2017. Construye el storytelling de tu marca personal en 5 pasos. Consultat dia 13 de juliol de 2018 a:
<https://www.fundacioncruzcampo.com/talentege/construye-el-storytelling-de-tu-marca-personal-en-5-pasos/>

11.2. Annex 2

L'annex 2 és el document .pdf adjunt al correu electrònic.

Avaluació Eina Storytelling

*Obligatorio

1. 1. Puntua el grau d'utilitat d'aquesta eina: * Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	
Gens útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molt útil

2. 2. La recomanaries a algún company/a? * Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

3. 3. Com puntuaries la tasca del tècnic que ha impartit la sessió presencial? * Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	
Molt malament	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Molt bé

4. 4. Què és el que més t'ha agradat de la formació?

* Marca solo un óvalo.

- Metodologia (presencial una sessió i en línia)
- La incorporació de les noves tecnologies
- La tasca realitzada pel tècnic
- El contingut

5. 5. Propostes de millora

Con la tecnología de
 Google Forms

https://docs.google.com/forms/d/1vAnZY-1Yzdm8dkTwbJqFnPpqwhCK-86B1_wd8tKg00/edit

1/1