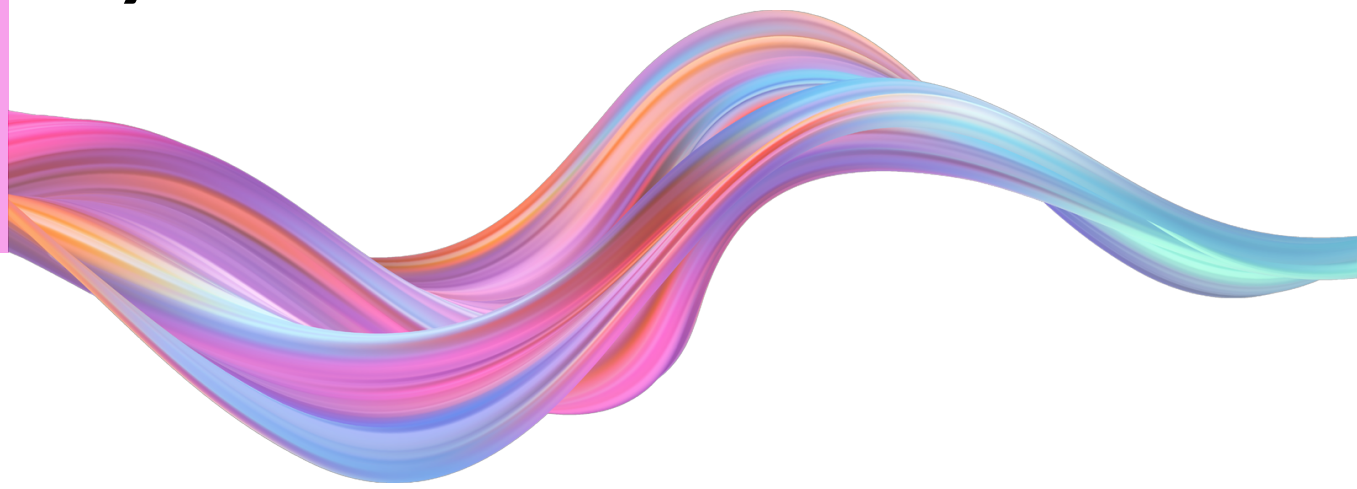




•(•• ANA
MORENO

3 técnicas

para estimular tu creatividad
y crear contenidos virales



¿Qué tienen los contenidos virales?

«En la era digital lo mas prudente es atreverse» Shimon Peres

La clave

Son de fácil consumo, interpelan a sentimientos generales y suelen representar situaciones con las que nos sentimos identificados.

La mejor receta:

Utilizar la creatividad y el sentido del humor. Para ello has de atreverte a exponerte ante los demás sin que no te importe tanto el qué dirán. «Sé polarizante. No hay dinero ni seguidores en opiniones aburridas».

¿Para qué?

Cuál es tu motivación interior. Buscar un viral sólo por tener más seguidores es un objetivo vacío. Dale tu propio sentido y conecta con tu autenticidad. Ser más creativo será de gran ayuda. Y, sobre todo, ¡disfruta y pásatelo bien creando!



Técnica del “mapa mental” Tony Buzan

Conecta ideas de forma visual para obtener resultados sorprendentes

¿Cómo?

Empieza con una **palabra clave** en el centro de una hoja y dibuja ramas con ideas relacionadas.

Ejemplo:

Si estás creando una campaña, empieza con "marketing" y conecta ideas como "redes sociales", "contenido visual", "colaboraciones", etc.

¿Por qué?

Esta técnica organiza tus pensamientos y permite ver conexiones entre conceptos de manera visual.



Técnica del “estímulo aleatorio” Edward de Bono

Usa palabras y objetos inesperados para desbloquear tu creatividad

¿Cómo?

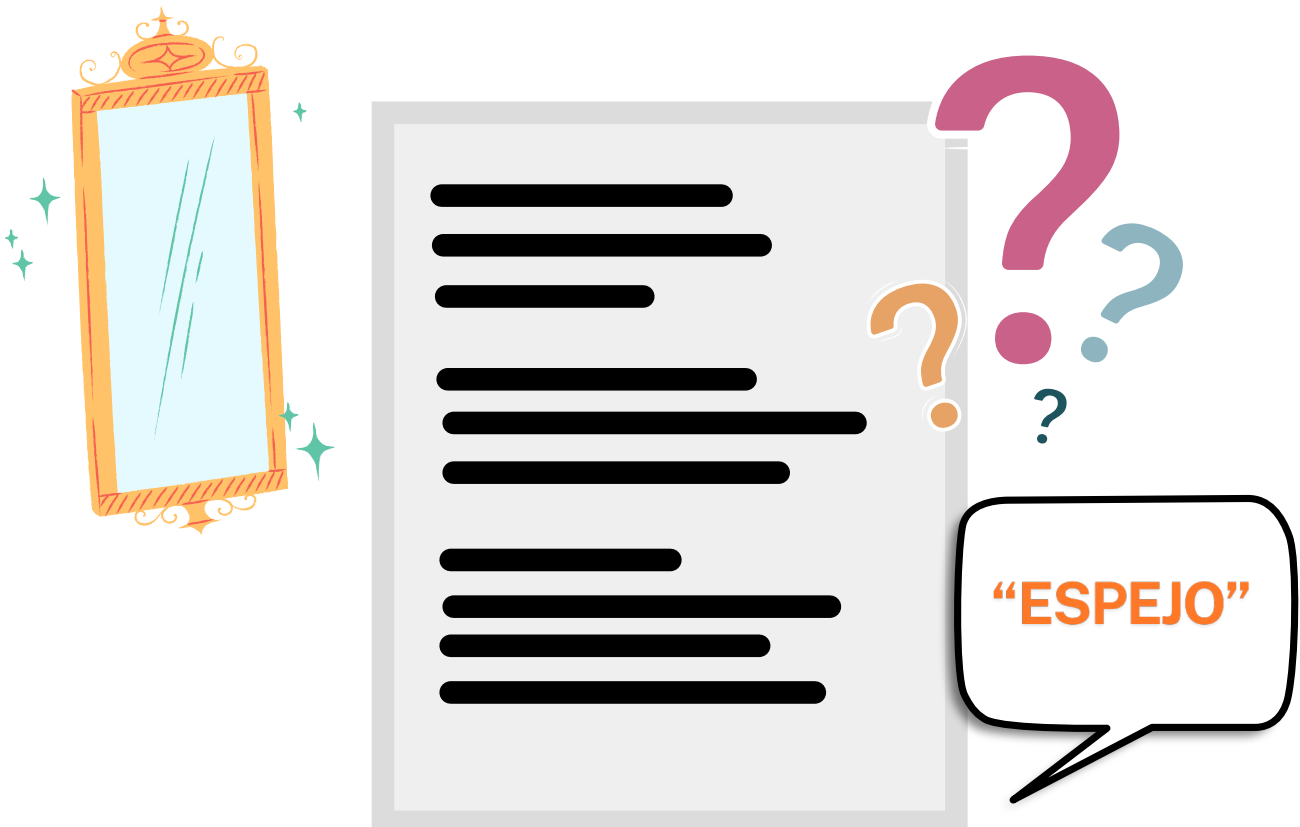
Escoge un objeto o **palabra aleatoria** y busca formas de vincularla con tu desafío creativo.

Ejemplo:

Si estás escribiendo un guion y te encuentras bloqueado, escoge una palabra como "espejo" y busca cómo incluirla en tu historia.

¿Por qué?

Introducir elementos inesperados provoca nuevas ideas y desbloquea la mente.



Técnica del “pensamiento lateral” Edward de Bono

Aborda los problemas desde ángulos inesperados para descubrir soluciones nuevas

¿Cómo?

En lugar de resolver un problema de forma directa, intenta abordarlo desde un ángulo completamente diferente.

Ejemplo:

Si estás buscando mejorar un producto, pregúntate: “¿Qué haría una persona que NO es cliente?”

¿Por qué?

Este enfoque desafía tus patrones de pensamiento habituales y abre nuevas soluciones





Muchas gracias

[¡Te espero en la newsletter semanal](#)



@ana.moreno.marin

AUCTORITAS
EN 90 DÍAS

[Pide tu cita aquí](#)