John Sadowsky es Distinguished Professor de Gestión en Grenoble Graduate School of Business y coach en liderazgo. Es autor, junto con Loick Roche, de *Les sept règles du Storytelling*. En el segundo semestre de este año publicará *Email, social marketing and the art of storytelling*, del que salieron algunas ideas de este artículo. Puede leer más sobre sus ideas en su blog en www.johnsadowsky.com

Historias de liderazgo, branding y narraciones

El camino para ser un líder auténtico y eficaz no es muy distinto del que deben recorrer las marcas para llegar a ese mismo fin. He aquí los pasos que hay que dar. *John Sadowsky*

Tras más de una década haciendo coaching en liderazgo, coescribí un libro acerca de la narración de historias como una herramienta para que los líderes sean más eficaces. Uno de sus primeros lectores fue mi ex cliente Nick Heys, fundador y CEO de Emailvision, una exitosa firma global de software especializada en marketing digital. Nick me preguntó si me interesaría trabajar con él en el desarrollo de conceptos similares, pero para el mundo del branding y del marketing digital. "Todo esto se aplica realmente bien al que creo que será el futuro del e-mail y del marketing social", dijo. "¿Por qué no lo desarrollamos y lo compartimos con nuestros clientes?".

Durante 2010, Nick y yo dimos charlas en diversas conferencias de marketing digital y en otros eventos por toda Europa. A medida que hacíamos nuestras presentaciones e interactuábamos con diversas audiencias, pude ver, incluso más que antes, las formas en que la autoexpresión de una marca se parece mucho a la de un líder. En el fondo, ambas consisten en aprender a contar su propia historia con eficacia.