

Hooks que detienen el scroll

Cómo ganar la batalla de los primeros tres segundos en Reels, TikTok y feed

El 80 por ciento del resultado de un video ad se define en el primer hook. Si no detienes el scroll en los primeros segundos, da igual qué tan buena sea la oferta: nadie llega a escucharla. Esta guía te lleva paso a paso desde entender por qué la gente se va, hasta escribir hooks concretos y probarlos. No es teoría: son fórmulas que puedes copiar y adaptar hoy.

Por qué la gente se va en el primer segundo

El usuario no decide ver tu anuncio: decide no irse. Su pulgar ya viene en movimiento y tu pieza tiene que darle una razón inmediata para frenar. Si el primer segundo se parece a un anuncio, el cerebro lo filtra antes de procesarlo.

- Arranques lentos: logos, intros y planos de relleno matan el hook.
- Falta de contraste: si la imagen se parece al resto del feed, se ignora.
- No hay promesa ni tensión: sin una razón para quedarse, el pulgar gana.

Paso 1: define la promesa del hook antes de escribirlo

Un hook no es una frase ingeniosa: es una promesa de lo que la persona va a ganar si se queda. Antes de redactar, escribe en una línea qué recompensa entrega el video.

- Recompensa de información: vas a aprender algo útil que no sabías.
- Recompensa emocional: te vas a sentir identificado o entretenido.
- Recompensa de curiosidad: hay una pregunta abierta que necesitas cerrar.

Paso 2: escoge un tipo de hook y escríbelo

No improvises. Parte de un formato probado y rellénalo con tu producto. Estos cinco cubren la mayoría de casos.

- Pregunta directa al dolor: sigues perdiendo clientes por no responder a tiempo en WhatsApp.
- Afirmación contraintuitiva: dejé de publicar todos los días y vendí más.
- Demostración inmediata: mira lo que pasa cuando aplico esto en tres segundos.
- Error señalado: si haces esto en tus anuncios, estás quemando plata.
- Resultado primero: así pasé de cero a treinta clientes en un mes.

Paso 3: refuerza el hook con lo visual y el audio

El texto del hook no trabaja solo. Los primeros fotogramas, el movimiento y el sonido tienen que empujar en la misma dirección.

- Primer fotograma con rostro o movimiento, nunca una pantalla estática.
- Texto en pantalla grande que se lea sin sonido en los primeros segundos.
- Un cambio de plano o de ritmo antes del segundo tres para sostener la atención.

Paso 4: prueba varios hooks sobre el mismo cuerpo

La forma más barata de mejorar resultados es cambiar solo el hook y dejar igual el resto del video. Así aíslas qué arranque funciona sin reproducir piezas enteras.

Filma de tres a cinco hooks distintos para el mismo cuerpo de anuncio y déjalos competir. En pocos días vas a ver cuál retiene más y ese se vuelve tu plantilla para la siguiente tanda.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com