

20 ángulos de creativos que convierten

20 ángulos probados con su gancho para que nunca te quedes sin idea de anuncio

El público se cansa de la pieza, no del producto. Por eso ganar en pauta es ganar en variedad de ángulos. Esta guía te entrega 20 ángulos que convierten, agrupados por el tipo de motivación que activan, con un ejemplo de gancho de primera línea para cada bloque, listos para adaptar a tu oferta.

Ángulos de dolor y problema

Le hablan a quien ya siente la molestia. Funcionan en frío porque el problema capta antes que la solución.

- Ángulo del problema agitado: nombra el dolor y muestra qué pasa si no se resuelve. Gancho: “Si esto te suena familiar, no es culpa tuya...”.
- Ángulo del costo de no actuar: muestra lo que pierdes por seguir igual. Gancho: “Cada mes que esperas te cuesta más de lo que crees.”
- Ángulo del enemigo común: contra qué luchan tú y tu cliente. Gancho: “Deja de pagarle a quien no te da resultados.”
- Ángulo del error frecuente: el fallo que casi todos cometen. Gancho: “El 90% lo hace mal y ni se da cuenta.”

Ángulos de prueba y autoridad

Reducen el riesgo percibido mostrando que otros ya confiaron o que sabes de lo que hablas.

- Ángulo de prueba social: resultados de clientes reales. Gancho: “Así pasamos de X a Y en 30 días.”
- Ángulo del experto: tu criterio y método. Gancho: “Después de gestionar miles en pauta, esto es lo que funciona.”
- Ángulo del testimonio en bruto: la voz del cliente sin maquillar. Gancho: “No me lo creía hasta que...”.
- Ángulo de cifra concreta: un número que ancla credibilidad. Gancho: “Bajamos el costo por lead un 42%.”

Ángulos de transformación

Venden el después, no el producto. El cliente no compra el taladro, compra el hueco en la pared.

- Ángulo antes y después: el contraste visible. Gancho: “Mira la diferencia en solo dos semanas.”
- Ángulo del nuevo yo: en quién se convierte el cliente. Gancho: “Imagina cerrar el mes sin estrés de ventas.”
- Ángulo del atajo: el resultado sin el camino largo. Gancho: “Lo que a otros les toma un año, en 30 días.”
- Ángulo de la promesa específica: un resultado medible. Gancho: “Tu primera venta atribuida esta semana o seguimos sin cobrar de más.”

Ángulos de objeción y diferenciación

Desarman la duda antes de que frene la compra y te separan de la competencia.

- Ángulo de la objeción frontal: enfrenta el “pero...” más común. Gancho: “¿Crees que es caro? Hagamos el número juntos.”
- Ángulo del mito: derriba una creencia falsa del nicho. Gancho: “No, más presupuesto no es la solución.”
- Ángulo del nosotros vs ellos: por qué tu forma es distinta. Gancho: “La diferencia entre pautar y hacer performance.”
- Ángulo de garantía: quita el riesgo de la mesa. Gancho: “Si no ves resultados, no sigues.”

Ángulos de urgencia y curiosidad

Empujan a actuar ahora y atrapan la atención en el primer segundo, el momento más caro del anuncio.

- Ángulo de escasez real: cupos o tiempo limitado verdadero. Gancho: “Solo trabajamos con 5 marcas a la vez.”
- Ángulo de novedad: algo recién lanzado o descubierto. Gancho: “Esto cambió cómo hacemos pauta este año.”
- Ángulo de la pregunta abierta: una duda que el cliente quiere resolver. Gancho: “¿Sabes cuánto te cuesta de verdad un lead?”
- Ángulo del dato contraintuitivo: rompe la expectativa. Gancho: “Bajamos el presupuesto y subieron las ventas. Te explico.”

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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