GUÍA DE

30 hooks

PARA QUE TU CONTENIDO
DEJE DE PASAR DESAPERCIBIDO.



@differenteagencia

ANTES DE EMPEZAR

Un buen hook no lo cuenta todo.

Hace que quieras descubrir lo que viene después.

¿Qué es un hook?

Es la frase, imagen o acción inicial que capta la atención en los primeros segundos de tu contenido. Su trabajo es generar interés; el resto del video debe cumplir la promesa.

Cómo usar esta guía

1. Elige una categoría según el objetivo de tu publicación.
2. Sustituye los textos entre corchetes por detalles reales de tu marca.
3. Acompaña la frase con una imagen o acción que refuerce el mensaje.
4. Desarrolla el contenido y cierra con una llamada a la acción clara.

TIP DIFFERENTE

No prometas resultados que el contenido no demuestra. Un hook potente atrae; un contenido útil hace que se queden.

Hooks que despiertan curiosidad

Despierta preguntas y deja una razón para seguir viendo.

01

[Beneficio sorprendente]. Y es mejor que te lo diga antes de que [situación], porque [urgencia].

EJEMPLO: ¡Esta tapa vale un milkshake por solo $1.50! Y es mejor que te lo diga antes de que se agote, porque ya quedan pocos días.

02

Lo que descubrí después de [experiencia].

EJEMPLO: Lo que descubrí después de atender a 100 clientes.

03

Esto parece un detalle, pero cambia todo.

EJEMPLO: Este pequeño cambio en tu menú puede mejorar la experiencia del cliente.

04

¿Y si te dijera que [creencia común] no siempre es cierta?

EJEMPLO: ¿Y si te dijera que publicar todos los días no siempre te hace crecer?

05

Hay algo que casi nadie considera antes de [acción].

EJEMPLO: Hay algo que casi nadie considera antes de comprar su primer apartamento.

06

Ojalá alguien me hubiera dicho esto antes de [situación].

EJEMPLO: Ojalá alguien me hubiera dicho esto antes de abrir mi cafetería.

07

El secreto no está en [lo evidente], sino en [lo inesperado].

EJEMPLO: El secreto no está en publicar más, sino en conectar mejor.

Hooks que enseñan

Promete una solución concreta y cumple esa promesa.

08

Deja de hacer [error] si quieres [resultado].

EJEMPLO: Deja de improvisar tus fotos si quieres vender mejor tu producto.

09

Tres señales de que necesitas cambiar [algo].

EJEMPLO: Tres señales de que tu marca necesita renovar su contenido.

10

Antes de [acción], revisa estas [cantidad] cosas.

EJEMPLO: Antes de comprar un auto usado, revisa estas tres cosas.

11

La diferencia entre [opción A] y [opción B] es esta.

EJEMPLO: La diferencia entre alquilar y comprar no es solo la cuota.

12

Te explico [tema] en menos de 30 segundos.

EJEMPLO: Te explico cómo funciona un avalúo en menos de 30 segundos.

13

Si estás empezando en [sector], aprende esto primero.

EJEMPLO: Si estás empezando a vender por Instagram, aprende esto primero.

14

El error más común al [acción] y cómo evitarlo.

EJEMPLO: El error más común al pedir un préstamo y cómo evitarlo.

Hooks que despiertan interés

Muestra beneficios reales sin sonar a venta forzada.

15

Antes de comprar [producto], mira esto.

EJEMPLO: Antes de comprar un scooter, mira estas tres diferencias.

16

Si buscas [resultado], esto podría interesarte.

EJEMPLO: Si buscas llegar al trabajo sin depender del tráfico, mira esto.

17

No necesitas [opción costosa]; necesitas [solución].

EJEMPLO: No necesitas una producción enorme; necesitas una idea clara.

18

¿Vale la pena invertir en [producto o servicio]?

EJEMPLO: ¿Vale la pena invertir en un apartamento sobre planos?

19

Esto es lo que incluye realmente [servicio].

EJEMPLO: Esto es lo que incluye realmente una asesoría inmobiliaria.

20

[Problema frecuente]: así lo resolvemos.

EJEMPLO: ¿No sabes qué regalar? Así armamos un desayuno sorpresa.

21

Si te preocupa [objeción], escucha esto.

EJEMPLO: Si te preocupa vender tu carro sin pagar comisión, escucha esto.

Hooks que conectan

Empieza por un momento, una tensión o un cambio.

22 **Todo comenzó cuando decidí [decisión].**
EJEMPLO: Todo comenzó cuando decidí abrir mi negocio desde casa.

23 **Estuve a punto de [dificultad] hasta que pasó esto.**
EJEMPLO: Estuve a punto de cancelar el lanzamiento hasta que pasó esto.

24 **El error que más me enseñó fue [error].**
EJEMPLO: El error que más me enseñó fue querer hacerlo todo sola.

25 **Así se veía [proyecto] cuando empezamos.**
EJEMPLO: Así se veía este restaurante antes de abrir sus puertas.

26 **Lo que nadie ve detrás de [resultado].**
EJEMPLO: Lo que nadie ve detrás de una sesión de fotos de dos horas.

27 **Nunca imaginé que [pequeño cambio] lograría [resultado].**
EJEMPLO: Nunca imaginé que reorganizar la vitrina cambiaría tanto las ventas.

28 **De [situación inicial] a [resultado]: esta es la historia.**
EJEMPLO: De un lote vacío a un apartamento modelo: esta es la historia.

Hooks para identificarse

Humor y situaciones que tu audiencia reconoce.

29 **Dime que trabajas en [sector] sin decirme que trabajas en [sector].**
EJEMPLO: Dime que trabajas en gastronomía sin decirme que trabajas en gastronomía.

30 **POV: cuando [situación cotidiana].**
EJEMPLO: POV: cuando el cliente pide un cambio cinco minutos antes de publicar.

31 **Cosas que solo entenderás si [tipo de persona].**
EJEMPLO: Cosas que solo entenderás si tienes una tienda online.

32 **Expectativa vs. realidad de [situación].**
EJEMPLO: Expectativa vs. realidad de grabar contenido con mascotas.

33 **Si alguna vez te pasó [situación], somos dos.**
EJEMPLO: Si alguna vez grabaste 20 tomas para un reel de 10 segundos, somos dos.

34 **Nadie: absolutamente nadie. Yo cuando [situación].**
EJEMPLO: Nadie: absolutamente nadie. Yo cuando llega mercancía nueva.

35 **¿Qué tipo de [persona] eres cuando [situación]?**
EJEMPLO: ¿Qué tipo de copiloto eres cuando empieza a llover?

Ahora conviértelos en contenido que conecte.

Un buen inicio puede detener el scroll. Una estrategia clara hace que tu marca tenga algo valioso que decir después.

GUARDA ESTA GUÍA Y PONLA EN PRÁCTICA

Elige tres hooks, adáptalos a tu negocio y prueba distintos formatos esta semana. Observa qué temas generan más retención, guardados, conversaciones y consultas.

No hacemos posts. Construimos marcas.

@differenteagencia