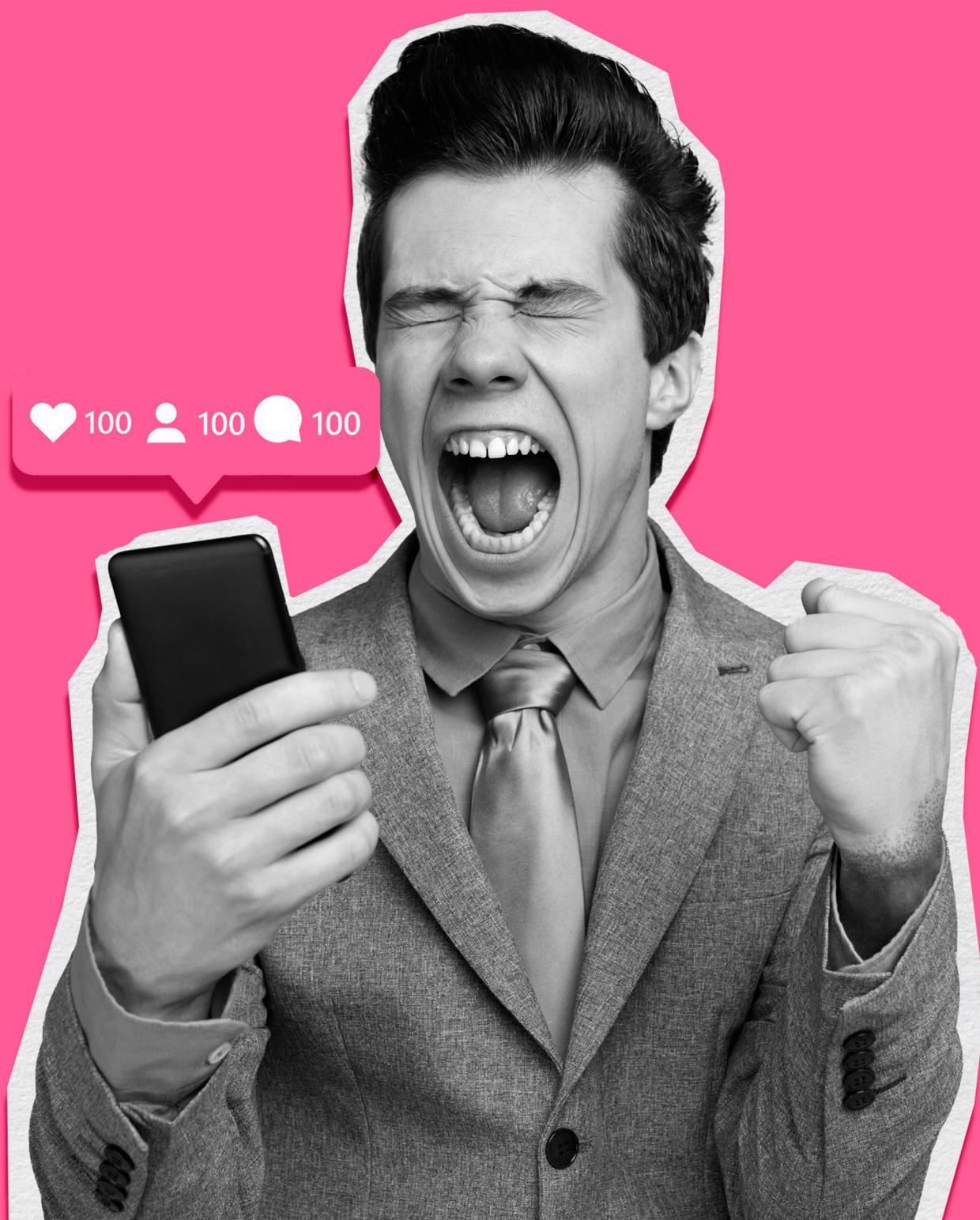


metricool

HOOKS

VIRALES PARA TUS VÍDEOS CORTOS





¿Has oído hablar de la regla de los 3 segundos? Es el tiempo que los usuarios se toman para decidir si continúan viendo un vídeo o pasan al siguiente.

Sí, a día de hoy es todo un reto captar la atención con los vídeos cortos. Pero tranqui, aquí tienes la ayuda para evitar el temido scroll: una lista de 25 hooks infalibles para tus vídeos.

Un gancho es una frase corta que se utiliza al comenzar, ya sea en el discurso o añadiendo un texto al vídeo, para captar la atención y mantener el interés. El objetivo de estos ganchos es generar curiosidad en el público para que vean tu vídeo corto hasta el final.

Atrapa la atención del espectador desde el primer segundo y consigue que se queden con ganas de más.

HOOKS
HOOKS
HOOKS
HOOKS
HOOKS



HOOK 1

Deja de hacer scroll si quieres ____

MOTIVO PARA USARLO:

Es una llamada a la acción directa al usuario para que se detenga y preste atención a tu vídeo.

EJEMPLOS:



Deja de hacer scroll si quieres multiplicar tus ventas en redes sociales



Deja de hacer scroll si quieres subir visualizaciones en YouTube



Deja de hacer scroll si quieres eliminar la grasa localizada



Deja de hacer scroll si quieres zapatillas de marca por menos de 30€

Los 5 errores más comunes que puedes estar cometiendo al ____

HOOK 2

MOTIVO PARA USARLO:

Despierta la curiosidad del usuario al insinuar que podría estar cometiendo errores sin saberlo. ¿Qué consigues? Que quiera saber más y vea tu vídeo para descubrirlo.

EJEMPLOS:



Los 5 errores más comunes que puedes estar cometiendo con tus anuncios en redes



Los 5 errores más comunes que puedes estar cometiendo al gestionar tus redes sociales



Los 5 errores más comunes que puedes estar cometiendo al intentar bajar de peso



Los 5 errores más comunes que puedes estar cometiendo con tu pelo

HOOK 3

¿Por qué nadie habla de esto?

MOTIVO PARA USARLO:

Con este hook das a entender que hay información poco conocida que el usuario necesita saber y tú vas a sorprenderle con la respuesta.

EJEMPLOS:



¿Por qué nadie habla del cambio en el algoritmo de Instagram?



¿Por qué nadie habla de los hashtags en TikTok?



¿Por qué nadie habla de estas zapatillas por menos de 20\$?



¿Por qué nadie habla de este truco para encontrar vuelos baratos?



Si quieres ___ [Problema o deseo],
necesitas ___ [solución]

HOOK 4

MOTIVO PARA USARLO:

Este hook relaciona un deseo o necesidad de tu público y la solución. Puedes mostrar cómo alcanzar un objetivo a través de una acción concreta.

EJEMPLOS:



Si quieres aumentar el tráfico a tus vídeos, necesitas usar el SEO en tu estrategia



Si quieres eliminar la grasa de tu pelo, necesitas usar este truco cada mañana



Si quieres comprar zapatillas baratas, necesitas conocer esta web



Si quieres que tus vídeos se hagan virales, necesitas estas 5 aplicaciones

HOOK 5

Necesitas este truco para [añade el punto de dolor de tu cliente ideal]

MOTIVO PARA USARLO:

Abordas un problema de tu público y tienes la respuesta en tu vídeo. Te ayuda a conectar rápido con tu audiencia porque comprendes sus necesidades y vas a enseñar la solución.

EJEMPLOS:



Necesitas este truco para eliminar la grasa de tu pelo



Necesitas este truco para planificar tus contenidos más rápido



Necesitas este truco para ahorrar dinero a la hora de comprar marcas



Necesitas este truco para quemar más calorías en el gym

Por qué tu ___ no está funcionando

HOOK 6

MOTIVO PARA USARLO:

Desde el primer momento llamas la atención sobre un problema al que se enfrenta el usuario. Sugieres que hay una razón específica por la cual no está obteniendo los resultados deseados.

EJEMPLOS:



Por qué tus anuncios de Instagram no están funcionando



Por qué tu estrategia de contenido no está funcionando



Por qué tu rutina de gym no está funcionando



Por qué tu champú no está funcionando



HOOK 7

Nunca te habían contado esto para ____

MOTIVO PARA USARLO:

Sugiere que hay información valiosa o poco conocida que el usuario aún no ha descubierto y va a tener un gran impacto en su vida, marca o negocio.

EJEMPLOS:



Nunca te habían contado esto para crecer sin parar en TikTok



Nunca te habían contado esto para mejorar tu alcance en redes sociales



Nunca te habían contado esto para eliminar la grasa de tu pelo de una vez por todas



Nunca te habían contado esto para comprar marcas de moda con descuento del 50%

Este es el mejor secreto para que aprendas a ____

HOOK 8

MOTIVO PARA USARLO:

Promete revelar una técnica para lograr un objetivo específico. Genera interés al ofrecer una solución que marque un punto de inflexión en el día a día del usuario.

EJEMPLOS:



Este es el mejor secreto para que aprendas a crear contenido viral en redes sociales



Este es el mejor secreto para que aprendas a editar tus vídeos de forma profesional



Este es el mejor secreto para eliminar la grasa del pelo



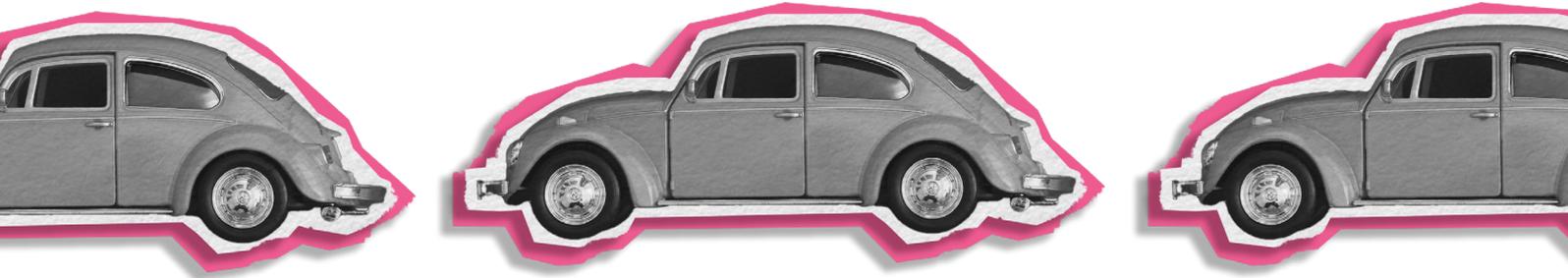
Este es el mejor secreto para editar tus vídeos en minutos

HOOK 9

¿Soy el/la único/a que no sabía esto?

MOTIVO PARA USARLO:

Este hook implica que vas a revelar una información de valor. Genera intriga para que tu seguidor quiera saber más sobre el tema que vas a desarrollar en el vídeo.



3 motivos por los cuales no estás ____

HOOK 10

MOTIVO PARA USARLO:

Presenta posibles obstáculos por los cuales el espectador podría no estar alcanzando sus objetivos y tú vas a enseñarle a superar estos desafíos.

EJEMPLOS:



3 motivos por los cuales no estás aprovechando al máximo las stories para promocionar tu marca



3 motivos por los cuales no estás mejorando el SEO de tus vídeos de TikTok



3 motivos por los cuales no estás ganando masa muscular en el gym



3 motivos por los cuales no estás eliminando la grasa del pelo

HOOK 11

Ve este vídeo si ____

MOTIVO PARA USARLO:

Llama la atención de tu público objetivo destacando un problema común y enséñales a evitarlo.

EJEMPLOS:



Ve este vídeo si quieres monetizar tu cuenta de TikTok



Ve este vídeo si quieres conocer las tendencias en redes sociales



Ve este vídeo si quieres eliminar la grasa del pelo de una vez por todas



Ve este vídeo si quieres saber por qué la avena es el desayuno perfecto

Todo lo que creías saber sobre ____
es falso

HOOK 12

MOTIVO PARA USARLO:

Genera interés al ofrecer una nueva perspectiva sobre un punto de dolor de tu audiencia.

EJEMPLOS:



Todo lo que creías saber sobre el algoritmo de Instagram es falso



Todo lo que creías saber sobre los Reels de Facebook es falso



Todo lo que creías saber sobre nutrición es falso



Todo lo que creías saber sobre dietas para perder peso es falso

HOOK 13

No hagas esto si quieres ____

MOTIVO PARA USARLO:

Advierte sobre las acciones que obstaculizan conseguir un objetivo concreto.

EJEMPLOS:



No hagas esto si quieres mantener una imagen de marca coherente en redes sociales



No hagas esto si quieres mejorar la calidad del contenido que compartes en Instagram



No hagas esto si quieres perder peso



No hagas esto si quieres conseguir eliminar la grasa del pelo

No hagas X, haz Y

HOOK 14

MOTIVO PARA USARLO:

Ofrece una solución concreta para pasar de una situación negativa a otra que conlleva resultados positivos.

EJEMPLOS:



No hagas vídeos monótonos de un solo plano, haz que destaquen usando herramientas como CapCut



No hagas publicaciones sin tener claro a quién te diriges, haz tus posts teniendo en cuenta a tu público objetivo



No hagas dietas milagro para perder peso, haz ayuno intermitente adaptado a tu estilo de vida



No uses champús de supermercado para eliminar la grasa, haz esta receta casera con bicarbonato

HOOK 15

Si eres ____, deberías estar haciendo esto

MOTIVO PARA USARLO:

Con este hook conectas con tu público objetivo, por ejemplo social media managers, y les recomiendas una acción concreta. Dales las pautas necesarias para solucionar un problema de tu nicho.

EJEMPLOS:



Si eres community manager, deberías estar haciendo esto



Si eres social media manager, deberías estar haciendo esto



Si eres cocinero, deberías estar haciendo esto



Si eres profe, deberías estar haciendo esto

Este hack cambió mi vida por completo

HOOK 16

MOTIVO PARA USARLO:

Conexión asegurada con el espectador al ofrecerle un truco que va a ayudarlo en su día a día.



HOOK 17

Señales de que es hora de ____

MOTIVO PARA USARLO:

Anima a tomar acción sobre un problema de tu público objetivo.

EJEMPLOS:



Señales de que es hora de revisar y ajustar tu estrategia de contenido en redes sociales



Señales de que es hora de crear nuevos contenidos



Señales de que es hora de empezar en el gym



Señales de que es hora de decir adiós a tu pareja

Sigue este paso a paso para dominar ____

HOOK 18

MOTIVO PARA USARLO:

Al atacar un punto de dolor del usuario, verá tu vídeo para conocer el paso a paso para realizar ese cambio.

EJEMPLOS:



Sigue este paso a paso para dominar la analítica de redes sociales



Sigue este paso a paso para dominar la creación de contenido visual y destacar en redes sociales



Sigue este paso para dominar los rizos



Sigue este paso para dominar la ansiedad

HOOK 19

Desmintiendo mitos sobre ____

MOTIVO PARA USARLO:

Aprovecha el poder de este hook para derribar mitos de tu sector y compartir tus conocimientos.

EJEMPLOS:



Desmintiendo mitos sobre el algoritmo de Instagram y cómo afecta a tu alcance



Desmintiendo mitos sobre el uso de hashtags en TikTok y cómo influye en la visibilidad de tus publicaciones



Desmintiendo mitos sobre el ayuno intermitente



Desmintiendo mitos sobre los creadores de contenidos

Quédate hasta el final

HOOK 20

MOTIVO PARA USARLO:

Este hook fomenta la retención del usuario al sugerir que al final del vídeo hay información valiosa que necesita conocer.



HOOK 21

Necesitas escuchar esto

MOTIVO PARA USARLO:

Otro gancho para que el usuario se quede contigo hasta que desveles aquello que tiene que saber sí o sí.

5 red flags que debes tener en cuenta en/al ____

HOOK 22

MOTIVO PARA USARLO:

Desde el primer momento el usuario sabe lo que va a encontrar en tu vídeo. Querrá conocer esas señales de alerta para evitarlas a toda costa.

EJEMPLOS:



5 red flags que debes tener en cuenta en la gestión de las redes sociales de tus clientes



5 red flags que debes tener en cuenta en la elección de influencers para tu campaña en redes sociales



5 red flags que debes tener en cuenta en una relación de pareja



5 red flags que debes tener en cuenta al trabajar con tus clientes



HOOK 23

Así es como he conseguido ____

MOTIVO PARA USARLO:

Te aporta credibilidad y genera curiosidad en la persona que ve tu contenido. Despierta interés y es una prueba social de que la estrategia que recomiendas funciona.

EJEMPLOS:



Así es como he conseguido duplicar el número de seguidores en Instagram en un mes



Así es como he conseguido mejorar la tasa de conversión en mis anuncios de Facebook



Así es como he conseguido eliminar la grasa del pelo



Así es como he conseguido construir mi marca personal en LinkedIn



Así es como he conseguido vencer el miedo a hablar en público

He encontrado la solución a ____

HOOK 24

MOTIVO PARA USARLO:

Empatizas con el usuario que te ve porque tú también has pasado por la misma situación. Y no solo eso, sino que también tienes la solución a ese problema.

EJEMPLOS:



He encontrado la solución a la falta de inspiración cuando creas el contenido de redes sociales



He encontrado la solución a la gestión de múltiples perfiles de redes sociales



He encontrado la solución a la procrastinación y así he conseguido aumentar mi productividad



He encontrado la solución a la falta de tiempo libre

HOOK 25

Este truco puede ahorrarte un tiempo muy valioso en ____

MOTIVO PARA USARLO:

Lo que no sobra en el día a día es tiempo. Con este gancho despiertas interés al sugerir que hay una forma muy efectiva de abordar una tarea específica.



EJEMPLOS:



Este truco puede ahorrarte un tiempo muy valioso en la planificación de tus publicaciones en redes sociales



Este truco puede ahorrarte un tiempo muy valioso en la organización de tu próximo viaje



Este truco puede ahorrarte un tiempo muy valioso en la preparación de tus exámenes



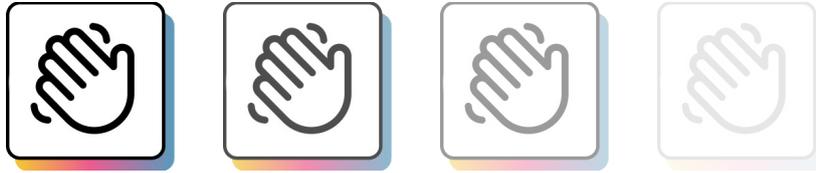
Este truco puede ahorrarte un tiempo muy valioso en el análisis de tus métricas de Instagram



Todos estos hooks son **muy efectivos para conseguir tu propósito**, el de retener al público para que vean tus contenidos hasta el final. Además de generar curiosidad, prometen ventajas para la audiencia que te ve.

¡BONUS!
¡BONUS!
¡BONUS!
¡BONUS!
¡BONUS!





Vale, ya tienes todo lo necesario para comenzar los guiones de tus próximos vídeos. Ahora toca abrir tu maletín de herramientas de edición y empezar a trabajar con CapCut, una aplicación gratuita para triunfar con tus vídeos cortos.

En un mundo donde el vídeo es el contenido rey, CapCut te ayuda a marcar la diferencia con tus competidores produciendo y editando piezas de gran calidad.

Tienes opciones muy variadas como las transiciones, animaciones, pantalla verde, ritmos automáticos, zooms, subtítulos automáticos o una de nuestras favoritas, el teleprompter. Si te cuesta hablar a la cámara, mantén a la vista el guion de tu vídeo y actívalo en el momento de grabar.

Te dejamos un vídeo con tips nivel pro para sacarle el máximo partido a la herramienta:

[EDICIÓN PRO CON CAPCUT](#)

Una vez que has completado este paso, toca programar los vídeos. Aprovecha una misma pieza para publicarla en diferentes redes sociales.

La **funcionalidad multiposting de Metricool** te permite programar el contenido en varias de las redes sociales que tengas conectadas a la plataforma y ahorrar tiempo de trabajo.

[PRUEBA METRICOOL GRATIS](#)

