9 FORMATOS DE ANUNCIO

Guiones rellenables para pasar de «no sé qué grabar» a una idea concreta.

EMPIEZA POR UNA SOLA IDEA

Elige una oferta, una persona y un problema. Después busca el formato que mejor te permita mostrarlo. No necesitas grabar los nueve de golpe.

Las frases entre corchetes son huecos para completar. Los ejemplos son propuestas de guion, no anuncios reales ni resultados acreditados.

1. Define qué vendes

Oferta: _____
Persona a la que ayudas: _____
Problema concreto: _____

2. Elige una prueba que puedas enseñar

Una demostración, un proceso o una experiencia real. Si no tienes testimonios, empieza por una demo.

3. Decide el siguiente paso

Usa una sola acción al final: visitar la ficha, pedir información o reservar. Elige la que encaje con tu proceso de venta.

GUIONES 1 A 3

Completa los huecos con tu oferta. Adapta las palabras a cómo hablas tú.

01 PROBLEMA Y SOLUCIÓN

Cuando necesitas explicar para qué sirve tu oferta.

Guion: ¿Te pasa [problema concreto]? Con [producto o servicio] puedes [acción útil]. Mira cómo: [demostración]. [CTA].

Qué grabar: Graba el problema y después el uso del producto o el paso del proceso que lo resuelve.

---

02 TESTIMONIO

Cuando tienes un cliente dispuesto a contar su experiencia.

Guion: Antes me pasaba [situación real]. Elegí [oferta] por [motivo]. Lo que cambió fue [hecho verificable].

Qué grabar: Pide al cliente una respuesta natural. Conserva su sentido y usa su testimonio con permiso; no escribas resultados que no haya vivido.

---

03 INFOGRAFÍA

Cuando tu oferta se entiende mejor en pasos o con una comparación.

Guion: Así funciona [servicio]: 1. [paso]. 2. [paso]. 3. [paso]. Esto incluye [entregable concreto]. [CTA].

Qué grabar: Muestra una idea por pantalla, con texto grande. Usa datos propios comprobables si añades cifras.

GUIONES 4 A 6

Completa los huecos con tu oferta. Adapta las palabras a cómo hablas tú.

04 MEME

Cuando tu público reconoce una situación cotidiana.

Guion: Yo pensando que [expectativa]. / Yo cuando [realidad]. Para [necesidad], prueba [propuesta concreta]. [CTA].

Qué grabar: Representa la situación tú mismo. Haz que el chiste tenga relación con lo que vendes y que la oferta se entienda.

---

05 YAPPING / A CÁMARA

Cuando puedes explicar una objeción con claridad y sin rodeos.

Guion: Si estás pensando [objeción], fíjate en [detalle]. Por ejemplo, [caso concreto]. Por eso [explicación de tu oferta]. [CTA].

Qué grabar: Habla como responderías a un cliente. Lleva tres ideas apuntadas y corta repeticiones, sin sonar recitado.

---

06 UNBOXING

Cuando importa lo que recibe el comprador y cómo se presenta.

Guion: Esto es lo que llega al pedir [producto]. Dentro viene [contenido]. Este detalle sirve para [uso]. [CTA].

Qué grabar: Graba la apertura y los detalles reales. En un servicio, muestra los entregables o la bienvenida; no simules una caja.

GUIONES 7 A 9

Completa los huecos con tu oferta. Adapta las palabras a cómo hablas tú.

07 TRANSFORMACIÓN

Cuando puedes documentar un cambio real.

Guion: Así estaba [situación inicial]. Hicimos [acciones]. Así quedó [resultado visible]. [CTA].

Qué grabar: Enseña el antes y el después en condiciones comparables. Indica el contexto y el tiempo si son relevantes; no prometas ese resultado a todo el mundo.

---

08 VÍDEO UGC

Cuando quieres mostrar el uso desde la perspectiva de una persona.

Guion: Lo que quería resolver era [necesidad]. Así uso [producto]. Este detalle me sirve para [beneficio observado]. [CTA].

Qué grabar: Muestra el uso real y una opinión auténtica. Si es colaboración o publicidad, identifícala. No presentes un actor como cliente real.

---

09 REACCIÓN / PANTALLA VERDE

Cuando una pregunta o un contenido te permite explicar tu criterio.

Guion: Aquí dicen [idea]. En [situación concreta] yo miraría [detalle]. Se ve en [ejemplo propio]. [CTA].

Qué grabar: Reacciona a material propio o autorizado. Añade una explicación útil; evita usar una captura como prueba de algo que no demuestra.

TU PRIMERA PRUEBA

Una hoja para elegir qué grabar y qué quieres aprender.

Oferta y destinatario

Vendo: _____
A: _____

Dos formatos para empezar

Formato A: _____
Formato B: _____
La idea que ambos van a comunicar: _____

Lo que voy a mantener igual

La oferta, el argumento y el siguiente paso. Cambia el formato para poder interpretar mejor lo que ocurre.

Qué voy a observar

Define antes la acción que te importa: una visita, una consulta o una compra. Anota gasto y resultados si es una campaña de pago. Las visualizaciones por sí solas no dicen si vende.

Decisión después de probar

Qué he observado: _____
Qué cambiaría en la siguiente prueba: _____

Si comparas los Trial Reels del vídeo, mantén el montaje y cambia solo el título. Tómalo como una señal inicial: audiencias y momentos distintos pueden influir en el resultado.