

Lo que lo hace comprar *es una cita con fecha.*

Cómo 212 frases de compradores se convirtieron en un avatar y cinco conceptos de anuncio para un suplemento masculino que se vende online en Latinoamérica. Sin marca ni datos de la cuenta.

212

frases de compradores,
cada una con el link a su
fuente

1

avatar armado con sus
propias palabras

5

conceptos de anuncio:
tres para público frío y
dos para remarketing

10

ganchos, dos por
concepto, listos para
probar

01 · ESCUCHAR

Leer lo que escriben los
compradores cuando nadie
les vende.

02 · EL DISPARADOR

Nombrar el momento que
los hace buscar.

03 · DENTRO DE LAS REGLAS

Copy que Meta y las
normas de publicidad del
país dejan correr.

04 · PROBAR UNA COSA

Dos ganchos por concepto,
una variable por vez.

01 Lo que dicen los compradores cuando nadie les vende

Reseñas y preguntas en marketplaces, foros y comentarios de videos, leídos en español y en inglés. Es una selección de las 212; en la entrega, cada frase lleva el link al lugar donde se escribió. Las citas van textuales, con sus faltas.

BUSCAN CUANDO HAY UNA CITA

«tengo 59 años y tengo 15 años de divorciado [...] ahora que conseguí una»

SITIO DE CONSULTAS DE SALUD

«I was extremely skeptical and went back and forth with myself on whether or not to take it.»

Traducción: era muy escéptico y lo dudé mucho antes de tomarlo. Hombre de 45 años, sobre un producto como este.

FORO

LA VERGÜENZA DECIDE CÓMO COMPRAN

«comprarlo [...] en alguna farmacia lejana que no frecuente [...] (así no me da tanta pena)»

FORO

«Si lo compro el envío viene tapado o se puede ver»

PREGUNTA EN MARKETPLACE

LA CATEGORÍA TIENE MALA FAMA

«Literal solo es [ingrediente].»

RESEÑA DE 1 ESTRELLA

«Y si no cumple su función puedo pedir mi devolución?»

PREGUNTA EN MARKETPLACE

El disparador es un día *que ya está en su calendario.*

En los testimonios, la búsqueda empieza con una fecha: «this Friday», «ahora que conseguí una». El envío tarda de tres a cinco días hábiles, así que el que tiene una cita tiene que pedirlo con días de anticipación. Esa es una razón honesta para la urgencia, y la marca no necesita inventar una cuenta regresiva.

02 Un avatar armado con sus palabras

AVATAR

Hombre de 45 años o más que vuelve a salir con alguien después de años (divorcio, viudez o el fin de una relación larga) y ya tiene la cita con fecha.

QUÉ TEME

Quedar mal con alguien que le importa. Que se sepa que se preparó. Pagar por algo que resulte ser «solo [ingrediente]».

QUÉ QUIERE

Tener todo listo antes de la cita, que la noche salga bien y que nadie se entere.

CÓMO COMPRA

Lejos de donde suele comprar, o por internet. Pregunta si el paquete deja ver qué trae y desconfía de lo que contienen estos productos.

SUS PALABRAS

«ahora que conseguí una»

«solo es [ingrediente]»

«this Friday»

FUERA DE LOS ANUNCIOS

~~el nombre clínico~~

~~«rendimiento»~~

~~su edad~~

CONFIANZA

La franja de edad está medida. Que vuelva a salir con alguien es una hipótesis, y el concepto 1 está armado para probarla.

Ningún efecto prometido

Las normas de publicidad de suplementos no dejan presentar el producto como algo que cambia el cuerpo o da capacidades extraordinarias.

Nada personal en segunda persona

La política de Meta no deja que un anuncio afirme la edad, la salud o la vida sexual de quien lo ve.

Sin referencias al alcohol

El producto es un «shot», así que vasos y bebidas quedan fuera de todas las imágenes.

Lugar para la leyenda sanitaria

Todos los diseños reservan espacio para la leyenda obligatoria.

4 de 5

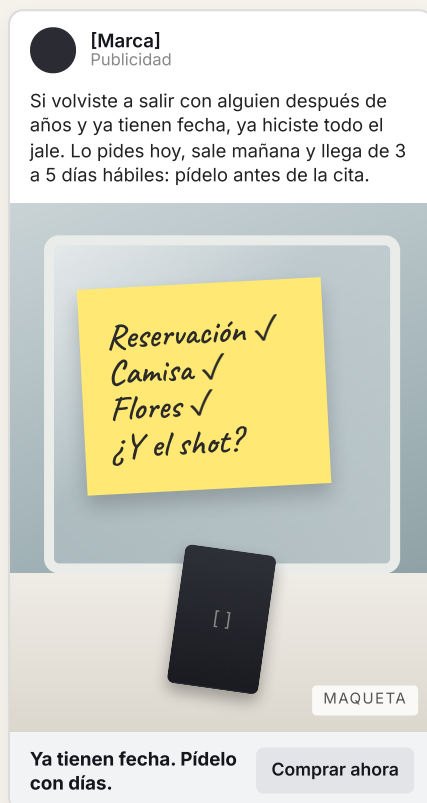
En una categoría donde no se puede decir el beneficio principal del producto, cuatro de los cinco conceptos venden quitándole al comprador una razón para no comprar: no llegar a tiempo, no saber qué es, la vergüenza de pedirlo y no saber si le va a servir. El quinto muestra la escena.

03 Tres de los cinco conceptos

Maquetas de feed con el copy tal como se entregó, en el español de ese mercado. El brief le indica al diseñador qué fotografiar; los datos del producto van entre corchetes.

FRÍO · OTRA PRIMERA CITA

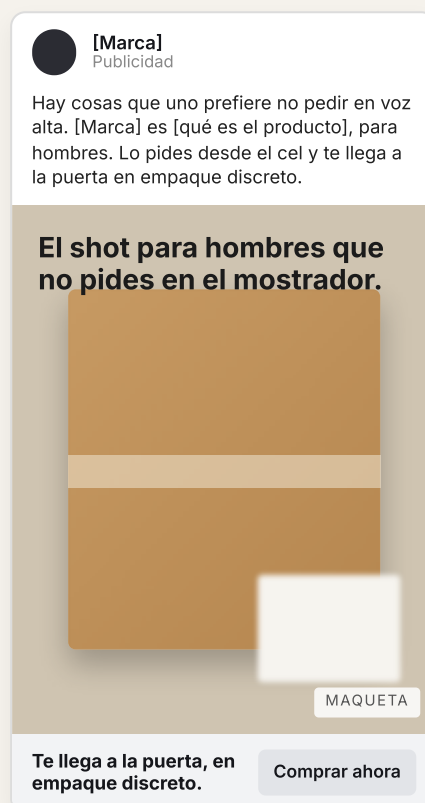
La cita ya está. Falta el shot.



Gancho 2: «Para el que vuelve a salir después de años: pídelo con días.»

FRÍO · SIN MOSTRADOR

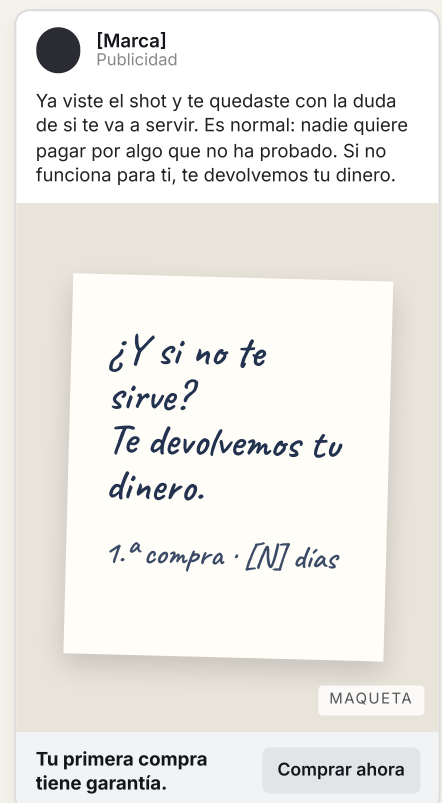
Lo que uno prefiere no pedir en voz alta.



Gancho 2: «Sin mostrador, sin fila, sin explicarle nada a nadie.» «Mostrador» alude a la farmacia; «sin receta» ya cruzaría el límite.

REMARKETING · GARANTÍA

Para el que lo vio y no compró.



Gancho 2: «Tienes [N] días para probarlo.» El texto también dice cómo pedir la devolución, y eso es lo que la vuelve creíble.

Qué incluyó la entrega completa

Un documento con el que el media buyer y el diseñador podían trabajar desde el primer día, sin una llamada.

- 212 frases de compradores, cada una con el link al lugar donde se escribió
- 5 conceptos con ángulo, etapa, brief visual, texto, titular y por qué deberían funcionar
- 10 filas de tracker, una por gancho, con el mismo nombre que en el documento
- 1 revisión de la página de destino antes de pautar, porque Meta revisa la página además del anuncio