

EL MENÚ SE VE BIEN. LA IDEA TODAVÍA NO MUERDE.

Este Reel no falla por estética: hay terraza, pareja, brindis y comida. Falla porque su mejor promesa —“vas a querer compartirlo”— se queda en el caption y no se convierte en una escena inevitable.

66 /100
POTENCIAL VIRAL CIEGO CORREGIDO

MODO: PREMIUM_REMOTE

MÉTRICAS PÚBLICAS: NO USADAS

REEL: DWUTOZJJPJ1

MOTOR REAL

Plan social apetecible + deseo gastronómico suave.

DIAGNÓSTICO

La pieza enseña una visita; todavía no demuestra una razón para compartir.

68

APERTURA

72

DESEO VISUAL

50

PAYOFF



EL PRIMER SEGUNDO ABRE APETITO, PERO NO UNA PROMESA.



QUÉ SE VE

Se acumulan señales de restaurante: bebidas, mesa, fachada, pareja y comida. La lectura inmediata es “fuimos a comer y puede ser buen plan”.

QUÉ PREGUNTA ABRE

“¿Merece la pena este restaurante?”. Es útil, pero demasiado común si no aparece una promesa concreta desde el segundo cero.

EMOCIÓN ACTIVADA

Curiosidad + antojo + plan agradable. La emoción existe, pero no llega con tensión, sorpresa ni recompensa fuerte.

POR QUÉ NO DESPEGA

El espectador ve una experiencia correcta, pero aún no sabe cuál es la idea: menú del día, cita, sitio bonito, recomendación o comida para compartir.

DEMASIADO CONTEXTO ANTES DEL PLATO QUE DEBERÍA VENDERLO TODO.



El montaje tiene ritmo, pero reparte la atención entre fachada, mesa, menú, pareja y comida. En un Reel gastronómico, el primer golpe debería ser textura, bocado, salsa, reacción o plato héroe.

LO QUE CONSERVA

La pareja da cercanía, el brindis comunica experiencia compartida y la terraza sitúa el plan. Hay materia prima visual.

LO QUE FRICCIONA

El menú no se lee con claridad y la pieza tarda en enseñar una recompensa gastronómica inequívoca. El deseo entra, pero entra diluido.

EL FINAL CIERRA EL VLOG, PERO NO PAGA LA PROMESA.



PAYOFF

El saludo final es humano y simpático, pero funciona como despedida. No resuelve “pidas lo que pidas... vas a querer compartirlo”.

LOOP

Casi no hay loop. Volver al inicio no revela una capa nueva; solo confirma que fue una visita agradable.

POR QUÉ EL SCORE SE QUEDA EN 66

Hay deseo visual y plan social, pero falta una acción memorable que convierta la idea en escena reenviable.

LA OPORTUNIDAD

Si alguien prueba un plato y automáticamente se lo pasa al otro, la frase del caption deja de ser copy y se vuelve comportamiento.

LA CAMPAÑA ESTÁ ESCONDIDA: “AQUÍ SE COMPARTE TODO”.

CONSERVAR

- Pareja/personas: aportan cercanía.
- Brindis: buen código de experiencia compartida.
- Terraza/local: sitúa el plan.
- Platos variados: hay materia prima visual.
- La idea de compartir: es el eje más fuerte.

CORREGIR

- Abrir con el plato más deseable.
- Poner promesa en pantalla desde 0s.
- Hacer legible menú, ubicación, precio o diferencial.
- Cerrar con veredicto, no solo saludo.
- Convertir “compartirlo” en acción visual.

HOOKS ALTERNATIVOS

1. “Pidas lo que pidas... aquí acabas compartiendo.”
2. “Un menú del día que no parece menú del día.”
3. “Probamos el menú de Mena y este plato fue el culpable.”

VEREDICTO TARS

Buen Reel para alimentar perfil y transmitir experiencia. Pero si el objetivo es generar deseo y recuerdo, debe demostrar una sola cosa: en Mena, el menú del día se comparte porque todo apetece.

