

Swipe file : 50 hooks UGC qui scrollent (Hook Rate 35-50%)

Compilation de 50 hooks scriptés (les 3 premières secondes d'une pub UGC) classés par mécanisme psychologique. Bench Hook Rate Motion 2025 : médiane 27%, top decile 45%+. Les hooks ci-dessous sont calibrés pour dépasser 35%.

SWIPE-FILE · 50 elements · 12 pages

Le hook est la variable la plus rentable de toute la chaîne créa. Sur une pub vidéo UGC, les 3 premières secondes déterminent 80% du résultat final : un hook à 25% de Hook Rate plafonne le ROAS de toute la créa derrière, peu importe la qualité du corps. Inversement, un hook à 45%+ rachète une vidéo médiocre. C'est l'endroit où tu dois passer le plus de temps en pré-prod, pas en post.

Les 50 hooks ci-dessous sont scriptés : la phrase exacte à dire à la caméra, le mécanisme psychologique qui la fait fonctionner, le Hook Rate benchmark observé, et la niche où elle performe le mieux. Ils viennent de trois sources : les bibliothèques publiques (Motion App, Foreplay, AdLibrary), les pratiques documentées des opérateurs UGC (Pattern Inc., Atria, Common Thread Collective), et les patterns récurrents dans les top performers Q4 2025 sur DTC beauty, fitness, infoproduit, SaaS.

Référence benchmark Motion 2025 sur 550K ads analysées : Hook Rate médian 27%, top decile 45%+. Les hooks calibrés ci-dessous visent 35-50%. Tester en batch de 4-6 hooks différents sur le même corps de vidéo : c'est la seule façon de découvrir lequel résonne avec ton audience réelle, pas avec celle des bibliothèques.

PATTERN INTERRUPT

Le rôle de cette catégorie : casser le rythme du scroll. Sur Reels et TikTok, l'oeil du viewer est en mode passif et balaye le feed à 200ms par post. La mission des deux premières secondes est de créer une dissonance qui force l'arrêt. Ordre direct, réaction sincère imitée, POV : ces hooks fonctionnent parce qu'ils interrompent le pattern attendu.

“Stop. Avant de scroller, faut que tu voies ce qui m'est arrivé hier soir.”

Casse le rythme du feed avec un ordre direct + cliffhanger temporel. Hook Rate 38-45%. E-com beauty, infoproduit, coaching.

“Wait, wait, wait. Reviens en arrière, regarde ça.”

Imite une réaction sincère, donne l'impression que le viewer a raté quelque chose. Hook Rate 40-48%. SaaS B2C, food, gadgets.

“Non mais sérieux, personne ne parle de ça et c'est fou.”

Combine indignation + secret partagé, déclenche FOMO immédiat. Hook Rate 35-42%. Finance perso, productivité, beauty.

“POV : tu viens de réaliser que tu fais ça mal depuis toujours.”

Le POV est le format le plus performant sur Reels et TikTok depuis 2024 (source Motion State of Social 2025). Hook Rate 42-50%. Fitness, skincare, finance.

PROBLEM AGITATION

L'agitation de problème ne fonctionne que si le pain point est ultra-spécifique. 'Tu galères avec tes pubs' ne capte personne. 'Si ton CPA repart à la hausse dès que tu touches le budget' capte exactement les bonnes personnes. La règle d'Aaron Snyder : valider d'abord la douleur, rediriger ensuite. Jamais l'inverse.

“Si tu te réveilles encore fatiguée malgré 8h de sommeil, écoute-moi bien.”

Identifie un pain point ultra-spécifique, fait s'identifier le bon avatar en 2 secondes. Hook Rate 33-40%.
Suppléments sommeil, magnésium, adaptogènes.

“Tu galères à perdre les derniers 5 kilos ? C'est pas ta faute, et voilà pourquoi.”

Déculpabilise + promesse d'explication. Aaron Snyder appelle ça 'validate then redirect'. Hook Rate 36-44%.
Fitness, nutrition, coaching weight loss.

“Si t'as plus de 30 ans et que tu fais encore ce squat comme ça, tu détruis tes genoux.”

Niche par âge + warning corporel = très haute saillance. Hook Rate 38-46%. Fitness 35+, mobility apps, kiné en ligne.

“Si ton business plafonne à 10K/mois, c'est exactement le plafond que tu touches et personne ne te l'a dit.”

Plateau financier nommé = aimant à entrepreneurs. Hook Rate 30-38%. Infoproduit business, agency coaching, SaaS B2B.

RESULT

Le hook de résultat fonctionne quand il combine trois éléments : un chiffre précis (pas rond), un délai court, et un cliffhanger sur le 'comment'. Cody Plofker a documenté que les chiffres impairs (47, 23, 11) outperforment les chiffres ronds (50, 25, 10) parce qu'ils sont plus crédibles. Les transformations visuelles avant/après sont les hooks les plus performants en absolu : 42-55% de Hook Rate observé.

“J'ai fait 47 000€ en 30 jours avec UN seul angle de pub. Je te montre lequel.”

Chiffre précis + délai court + cliffhanger sur le 'comment'. Plofker note que les chiffres impairs (47, 3, 7) outperforment les chiffres ronds. Hook Rate 35-44%. Infoproduit ads, agency, dropshipping.

“Voici mes cheveux il y a 90 jours. Et voici aujourd'hui.”

Avant/après visuel en 3 secondes, zéro mot superflu. Hook Rate 42-55% (les transformations visuelles sont les plus hautes). Hair care, skincare, fitness.

“J'ai perdu 11 kilos sans toucher à mon café crème du matin.”

Résultat + objection préemptée (le confort gardé). Hook Rate 38-45%. Nutrition, GLP-1 alternatives, coaching nutrition.

“Je suis passée de 0 à 100K followers en 6 mois avec ce framework de contenu.”

Tichenor framework : 'from X to Y in Z using exactly W'. Hook Rate 36-44%. Creator economy, infoproduit social, SaaS marketing.

CURIOSITY

La curiosité crée un écart entre ce que la cible croit savoir et ce qu'elle va apprendre. Les frames 'insider qui défecte', 'secret de pro', 'ce que personne ne te dit' restent les plus cliqués selon la Foreplay library 2025. Attention : si la suite de la vidéo ne tient pas la promesse du hook, le Hold Rate s'effondre et tu paies un Hook Rate pour rien.

“Y'a un truc que 99% des gens ignorent sur le café du matin, et ça change tout.”

Le ratio 99% est un cliché mais reste performant si la suite est forte. Hook Rate 30-38%. Santé, suppléments, biohacking.

“Cette astuce de coiffeuse pro, elles veulent pas que tu la connaisses.”

Insider gardé secret reste un des frames les plus cliqués selon Foreplay 2025 library. Hook Rate 35-42%. Beauty, DIY, hair tools.

“Regarde ce que j'ai trouvé dans ma cuisine, ça remplace mon sérum à 80€.”

Curiosité visuelle + comparaison de prix. Hook Rate 33-40%. Beauty dupes, home goods, food.

“Y'a une raison pour laquelle tes pubs ont arrêté de marcher en octobre, et Meta te le dira pas.”

Conspiration douce + niche temporelle. Hook Rate 32-40%. SaaS marketing, agency, infoproduit ads.

AUTHORITY

L'autorité fonctionne uniquement si le pedigree est nommé et la liste est négative ou contre-intuitive. 'Coach sportif depuis 9 ans, voilà ce que je recommande' = neutre. 'Coach sportif depuis 9 ans, arrête les abdos tous les jours' = capté. Le 'insider qui défecte' (j'ai bossé chez X, voilà ce que j'ai vu) atteint les plus hauts niveaux de confiance observés.

“Après 12 ans en tant que dermato, voici les 3 ingrédients que je n'utilise plus jamais.”

Pedigree + liste négative = hyper crédible. Hook Rate 35-43%. Skincare, cosmétique clean.

“Coach sportif depuis 9 ans. Si tu fais des abdos tous les jours, arrête maintenant.”

Crédibilité + ordre contre-intuitif. Hook Rate 38-46%. Fitness apps, home workout, coaching.

“J'ai bossé 7 ans chez Sephora avant de lancer ma marque. Voilà ce que j'ai vu en backstage.”

Insider qui défecte = niveau de confiance maximal. Hook Rate 40-48%. DTC beauty, supplements, food.

“J'ai dépensé plus de 50M en pub Meta. Voici le seul réglage que personne ne change et que je touche toujours.”

Chiffre de dépense énorme = autorité instantanée pour B2B marketing. Hook Rate 33-41%. SaaS, agency, infoproduit ads.

SOCIAL PROOF

La preuve sociale ne marche pas en 'tout le monde adore'. Elle marche en 'voilà ce qui se passe dans ce groupe précis'. Volume nommé (12 000 personnes), mouvement collectif observable (sur TikTok tout le monde fait ça), bouche-à-oreille mis en scène : ces formats baissent les défenses parce qu'ils déplacent la décision du je au nous.

“Pourquoi tout le monde sur TikTok est en train de jeter sa crème de jour pour celle-là ?”

Mouvement collectif + curiosité du 'pourquoi'. Hook Rate 36-44%. Viral beauty, food trends.

“12 000 femmes ont testé ça en 3 mois. Voilà ce qu'elles disent.”

Volume précis + dimension communautaire. Hook Rate 32-40%. Supplements, beauty subscriptions, coaching collectif.

“Mes potes m'ont saoulée avec ce truc pendant 6 mois. J'ai cédé. Voilà ce que j'en pense.”

Bouche-à-oreille mis en scène, baisse les défenses. Hook Rate 38-45%. E-com gadgets, apps, beauty.

“Pourquoi tous les fondateurs de mon feed LinkedIn postent sur cet outil ?”

Effet de meute + identification professionnelle. Hook Rate 30-38%. SaaS B2B, productivity tools.

STORY

Le récit personnel fonctionne quand il combine vulnérabilité radicale + temporalité précise + stakes clairs. 'Ma meuf m'a quitté à cause de mes ronflements, j'avais 6 mois pour régler ça' coche les trois. Les hooks story atteignent souvent 40-48% de Hook Rate parce qu'ils enclenchent l'empathie avant l'argumentation.

“Mardi dernier, j'étais à 2 doigts de tout arrêter avec mon business. Et puis j'ai testé un truc.”

Temporalité précise (mardi) + bas émotionnel + retournement. Hook Rate 35-43%. Infoproduit, coaching, SaaS solopreneur.

“Ma meuf m'a quitté à cause de mes ronflements. J'avais 6 mois pour régler ça.”

Vulnérabilité radicale + stakes clairs. Pattern hyper utilisé par les marques de sleep aids et CBD en 2025. Hook Rate 40-48%. Sleep, snoring, health.

“Mon banquier m'a regardée bizarrement quand il a vu ce qui se passait sur mon compte ce mois-ci.”

Anecdote + cliffhanger financier. Hook Rate 33-41%. Finance perso, side hustle, trading.

“Il y a 3 semaines j'étais à 2 doigts de virer mon agence. Puis j'ai testé ça.”

Délai court + tension B2B. Hook Rate 30-38%. SaaS marketing, agency, ops tools.

“Le hook est la variable la plus rentable de toute la chaîne créa. C'est l'endroit où tu dois passer le plus de temps en pré-prod, pas en post.”

POURQUOI 3 SECONDES VALENT 30 SECONDES DE MONTAGE

QUESTION

La question directe force l'auto-évaluation. Si la cible doit répondre mentalement avant de continuer à scroller, elle est captée. La question rhétorique avec comparaison de prix (pourquoi tu paies encore X quand Y fait pareil) et la question avec métaphore (tu travailles à moitié aveugle) sont les variantes les plus performantes en 2026.

“Pourquoi tu paies encore 60€ par mois pour une appli alors que celle-là fait pareil gratuitement ?”

Question rhétorique + comparaison prix. Hook Rate 33-40%. SaaS freemium, apps.

“T'es pas fatiguée d'acheter 4 produits différents pour ta routine du matin ?”

Empathie + agitation soft. Hook Rate 30-38%. Skincare all-in-one, supplements multi.

“Tu sais ce que ton dermato regarde en premier quand tu rentres dans son cabinet ?”

Question intrigante + autorité implicite. Hook Rate 36-43%. Skincare, beauty.

“Et si je te disais que ton hook est la seule chose qui compte vraiment dans tes pubs ?”

Question conditionnelle = format classique infoproduit. Hook Rate 28-36%. Marketing courses, agency.

NEGATIVE

Le hook contrarian tue une vache sacrée. Plus le dogme attaqué est viral, plus le hook performe (et plus il divise). 'Arrête de boire de l'eau citron' attaque un dogme wellness, 'le collagène est une arnaque' attaque une catégorie en vogue. Variance élevée : soit ça explose, soit ça flope. À tester en petite enchère avant de scaler.

“Arrête de boire de l'eau citron le matin. Ça flingue ton email dentaire et ça sert à rien.”

Contredit un dogme wellness viral, déclenche débat. Hook Rate 40-48%. Nutrition, supplements, dental.

“Le collagène en poudre, c'est la plus grosse arnaque marketing de 2025.”

Affirmation tranchée sur une catégorie en vogue. Tichenor : 'controversial truth beats safe agreement'. Hook Rate 38-46%. Supplements alternatifs, food.

“Le contenu UGC est mort. Si tu fais encore ça, tu perds ton argent.”

Tue une vache sacrée. Hook Rate 35-43%. Marketing courses, agency, SaaS.

“Arrête de poster sur LinkedIn. C'est en train de tuer ton pipeline.”

Provocation B2B. Hook Rate 32-40%. B2B SaaS, sales tools.

NUMBER

Le hook numérique annonce la promesse de densité. Liste courte (3 erreurs, 5 trucs) avec teaser sur un numéro spécifique. Le 'numéro 4 va te choquer' est saturé en 2026 mais reste performant si la suite tient. Le volume de test (j'ai testé 23 X) crée la crédibilité par effort.

“Voici les 3 erreurs qui te font perdre 800€ par mois sans que tu t'en rendes compte.”

Liste courte + chiffre concret de perte. Hook Rate 36-44%. Finance perso, énergie, telecom.

“5 trucs que je regrette d'avoir achetés en 2025. Numéro 4 va te choquer.”

Listicle + teaser numéro spécifique (très TikTok). Hook Rate 34-42%. E-com lifestyle, tech reviews.

“Y'a 7 ingrédients dans ton shampoing qui te font tomber les cheveux. Je te les liste.”

Promesse de liste exhaustive. Hook Rate 38-46%. Hair care, clean beauty, supplements.

“J'ai testé 23 protéines en poudre. Seulement 2 valent vraiment ton argent.”

Volume de test = crédibilité. Hook Rate 35-43%. Supplements, nutrition, comparaison reviews.

DEMO

La démo visuelle est le format le plus performant en absolu : 42-52% de Hook Rate sur les hooks d'extraction skincare ASMR. Filmer en gros plan, main + produit, transformation visible en moins de 5 secondes. Le silence vaut mieux que le discours : c'est l'écran qui doit parler.

“Regarde ce qui sort de ma peau quand j'utilise ça pendant 30 secondes.”

Visuel ASMR / extraction. Plus performant si filmé en gros plan main + produit. Hook Rate 42-52%. Skincare gadgets, cleansers, beauty tools.

“Tu vas pas croire ce que ça fait à un steak gras. Regarde.”

Demo physique + transformation visible. Hook Rate 40-48%. Cleaning, kitchen gadgets, food tools.

“Je passe ça sur le tissu pendant 5 secondes. Regarde le résultat.”

Compte à rebours implicite + visuel de transformation. Hook Rate 38-46%. Cleaning, stain removers, home goods.

COMPARISON

Le hook de comparaison fonctionne sur split-screen visuel + durée de test précise. À gauche le produit cher, à droite le dupe, devine lequel gagne. Sur le SaaS, 90 jours d'usage = crédibilité instantanée. Toujours nommer les deux marques, jamais flou : c'est ce qui fait la différence avec un sponsorisé déguisé.

“À gauche, ma crème à 120€. À droite, celle à 18€. Devine laquelle a gagné le test peau ?”

Split-screen visuel + suspense. Hook Rate 40-48%. Beauty dupes, DTC vs luxury, supplements.

“Notion vs ClickUp en 2026 : j'ai utilisé les deux pendant 90 jours. Voilà qui gagne vraiment.”

Versus + durée de test = crédibilité. Hook Rate 32-40%. SaaS reviews, tools, productivity.

TESTIMONIAL

Le témoignage qui marche n'est pas le 5 étoiles. C'est l'aveu d'objection initiale (j'étais super sceptique) suivi du retournement. La position 'non-acheteuse habituelle' (j'achète jamais sur Insta) baisse les défenses au maximum. Pattern Inc. utilise cette structure sur 60%+ de ses créas top performers en 2025.

“Honnêtement j'étais super sceptique. J'ai commandé juste pour faire taire ma soeur. Et là...”

Aveu d'objection initiale + retournement émotionnel. C'est le hook que Pattern Inc. utilise le plus en 2025. Hook Rate 38-46%. Skincare, supplements, e-com beauty.

“Je vous jure, j'achète jamais ce genre de trucs sur Insta. Mais celui-là, faut que je vous en parle.”

Position de non-acheteuse habituelle = baisse maximale des défenses. Hook Rate 40-48%. Impulse buy e-com, beauty, gadgets.

TIME PRESSURE

L'urgence ne fonctionne que si elle est crédible. 'Plus que 24h' artificiel = méfiance immédiate. 'Vérifie le 3ème ingrédient avant ce soir' = urgence d'action contextuelle. Le stop-loss financier (avant de dépenser un euro de plus) reste un des hooks les plus performants en SaaS marketing.

“Avant de dépenser un euro de plus sur des pubs Meta, regarde ça pendant 30 secondes.”

Stop-loss financier + investissement de temps minimal proposé. Hook Rate 33-41%. SaaS ads, agency, infoproduit marketing.

“Si t'as commandé du rétinol récemment, vérifie le 3ème ingrédient avant de l'utiliser ce soir.”

Urgence d'action + check immédiat + niche temporelle. Hook Rate 36-44%. Skincare, supplements, food safety angle.

MISTAKE

Le hook warning combine identification physique précise + délai d'apprentissage qui crédibilise. 'Si t'as les cheveux fins comme moi, j'ai mis 4 ans à comprendre' = la durée nommée prouve l'effort réel. Ces hooks performant particulièrement bien sur les niches morphotype (hair, skin types, fitness).

“Voilà ce qu'il faut JAMAIS faire si t'as les cheveux fins comme moi. J'ai mis 4 ans à comprendre.”

Warning + identification physique précise + délai d'apprentissage qui crédibilise. Hook Rate 38-46%. Hair care, skincare types de peau, fitness morphotype.

POUR FINIR

Quatre catégories à tester en priorité, parce qu'elles sont les plus stables cross-niche : Demonstration (transformation visuelle), Result (chiffre précis + délai), Negative (contrarian), Testimonial (aveu d'objection). Trois catégories à manier avec prudence : Authority (besoin de crédibilité réelle, sinon ça sonne faux), Number listicles (saturés en 2026), POV (fatigue rapide, à refresh tous les 7 jours).

Règle transverse qui ressort de l'analyse des 50 hooks : démarrer en plein milieu d'une action (regarde ce qui se passe quand je) bat les intros posées (aujourd'hui je vais vous parler de). Le hook doit poser UNE seule promesse, pas trois. Vulnérabilité + retournement = la combo la plus stable. Tester en batch, jamais en singleton.

