

NO SECOND CABINET

Less to remember. One routine that fits.

A 30-second UGC and product-motion concept built around a quieter supplement tension: the bottle is never the problem. The routine is.



English master US Spanish version VO + captions + CTA

CREATIVE IDEA

Make the mental load visible.

The film begins with a familiar kitchen problem: too many bottles, too many little promises, one more thing to remember. Uvola enters as a simpler decision, not a miracle cure. That keeps the ad closer to everyday life while still giving the formula and guarantee a job to do.

00:00 to 00:11	Friction. The cabinet and drawer are cluttered. The viewer recognizes the feeling before the product is mentioned.
00:11 to 00:23	Reframe. Product motion turns the clutter into one clear routine. Formula information earns its place instead of interrupting the story.
00:23 to 00:30	Decision. A simple use moment, then the actual risk reversal: try Uvola with the 30-day money-back guarantee.

PUBLISHED PRODUCT BASIS

Formula

Milk thistle standardized to 80% silymarin, supported by seven other active ingredients.

Routine

The product detail page instructs taking a capsule daily with water, preferably with a meal.

Risk reversal

The creative closes on Uvola's published 30-day money-back guarantee.

Why this route

It gives the formula a human reason to matter, then leaves clinical or outcome claims off the screen.

ONE MASTER, USEFUL BRANCHES

A finished ad should be the beginning of a test, not the end of the production day.

This concept already exists in English and US Spanish. The same core cut can open with a different tension, end on a different CTA, or be trimmed into a new placement without rebuilding from zero.

WHERE I CAN ADD LEVERAGE

Turn supplied scripts into ads with a point of view.

Scene-led execution

Translate a script into UGC, product motion, pacing, VO and captions that feel like one idea, not a captioned slideshow.

Localisation that reads naturally

Adapt voice, captions and CTA for Spanish from the first frame. The Spanish cut is a rewrite, not a subtitle layer.

Controlled variations

Build deliberate hook, CTA and duration variants so the media team can learn which tension earns attention.

Pre-flight QA

Check packaging fidelity, safe-zone captions, audio balance, current offer language and product-page alignment before a version goes live.

QA NOTE

The product detail page currently says one capsule daily; the homepage currently says two daily capsules. This spec follows the product detail page. Before media spend, pick one canonical instruction and apply it across ads and landing pages.

Give me a live script and an existing control. I can turn it into a complete 9:16 creative route, then make the first variations worth testing.

Created by Travis Le
travis-ai-creative.vercel.app
Source: tryuvola.com product pages, checked 11 Aug 2026.

SIN LLENAR OTRO GABINETE

Menos que recordar. Una rutina más simple.

Un concepto de 30 segundos que mezcla UGC y animación de producto. Parte de una tensión muy simple: el frasco no es el problema. La rutina sí.



Versión en inglés Español de EE. UU. VO + texto en pantalla + CTA

LA IDEA CREATIVA

Hacer visible la carga mental.

El video empieza con un problema que cualquiera reconoce: demasiados frascos, demasiadas promesas y otra cosa que recordar. Uvola aparece como una decisión más simple, no como una cura milagrosa. Así el anuncio se mantiene cerca de la vida diaria y la fórmula y la garantía tienen un propósito.

00:00 a 00:11	Fricción. El gabinete y el cajón están llenos. La persona reconoce la sensación antes de que aparezca el producto.
00:11 a 00:23	Replanteamiento. El movimiento de producto convierte el desorden en una rutina clara. La fórmula entra en la historia en vez de interrumpirla.
00:23 a 00:30	Decisión. Un momento sencillo de uso, seguido del motivo real para probarlo: la garantía de devolución de 30 días.

BASE PUBLICADA DEL PRODUCTO

Fórmula

Cardo mariano estandarizado al 80% de silimarina, acompañado de otros siete ingredientes activos.

Rutina

La página del producto indica una cápsula al día con agua, preferiblemente junto con una comida.

Sin riesgo

El creativo cierra con la garantía de devolución de 30 días publicada por Uvola.

Por qué este enfoque

Le da a la fórmula una razón humana sin convertir la pantalla en una lista de afirmaciones clínicas o resultados.

UNA PIEZA BASE, VARIAS SALIDAS

Un anuncio terminado debería iniciar una prueba, no cerrar el día de producción.

Este concepto ya existe en inglés y en español de EE. UU. La misma pieza puede abrir con otra tensión, cerrar con otro CTA o acortarse para otra ubicación sin rehacer todo desde cero.

DÓNDE PUEDO SUMAR

Convertir guiones entregados en anuncios con una idea clara.

Ejecutar por escenas

Convertir un guion en UGC, animación de producto, ritmo, voz y texto en pantalla que funcionen como una sola idea, no como un slideshow con texto encima.

Localización que suena natural

Adaptar voz, texto en pantalla y CTA al español desde el primer segundo. El corte en español es una reescritura, no subtítulos puestos encima.

Variantes controladas

Crear variantes de gancho, CTA y duración para que el equipo de medios pueda ver qué tensión gana atención.

Revisión antes de publicar

Revisar fidelidad del producto, texto dentro del área segura, mezcla de audio, oferta actual y consistencia con la página del producto.

NOTA DE QA

La página del producto dice actualmente una cápsula al día; la página de inicio indica dos cápsulas diarias. Esta pieza sigue la página del producto. Antes de invertir en medios, conviene elegir una instrucción única y aplicarla en anuncios y landing pages.

Dame un guion activo y un anuncio control. Lo convierto en una ruta creativa completa para 9:16, y después en las primeras variaciones que vale la pena probar