FRAN MURAD

EDICIÓN 2026

MANUAL DE EJECUCIÓN

Clientes por Instagram

Cómo convertir tu perfil, tu contenido y tus mensajes directos en conversaciones, y esas conversaciones en ventas, sin spam y sin presionar.

ESCRITO POR

Fran Murad

PRIMERA EDICIÓN
2026

Clientes por Instagram

Cómo convertir tu perfil, tu contenido y tus mensajes directos en conversaciones, y esas conversaciones en ventas, sin spam y sin presionar.

Primera edición · 2026 · Versión 1.0
© 2026 Fran Murad. Todos los derechos reservados.

Esta obra es de uso personal del comprador. No está permitida su reproducción total o parcial, su distribución, su reventa ni su uso para crear productos derivados sin autorización escrita del autor.

Las herramientas, precios y planes mencionados corresponden al momento de la edición y pueden cambiar. Verificá siempre las condiciones vigentes en el sitio oficial de cada herramienta antes de contratar. El anexo D reúne los enlaces oficiales.

Este material es educativo: enseña procesos de trabajo y criterios para aplicarlos. No garantiza ventas, clientes ni resultados económicos: eso depende de la ejecución, del mercado y del esfuerzo de cada persona. No reemplaza el asesoramiento legal, contable ni impositivo profesional.

Dudas, correcciones o mejoras: escribime a contactofranmurad@gmail.com o por Instagram, @frann.murad.

Índice

CLIENTES POR INSTAGRAM

Antes de empezar 1

PARTE I · LA BASE

01 Por qué los mensajes venden 5

02 Un perfil que convierte 9

03 Contenido que abre conversaciones 14

PARTE II · LAS CONVERSACIONES

04 Responder a quien te escribe 20

05 Escribirle a quien no te conoce 25

06 La conversación de venta 30

07 Las objeciones por mensaje 35

08 El seguimiento respetuoso 40

PARTE III · CERRAR Y ORDENAR

09 El cierre y el pago 45

10 Organizar tus conversaciones 50

11 Escalar sin perder lo personal 55

Biblioteca de mensajes 60

Guion de la conversación 64

Prompts para vender por mensaje 67

Fuentes y actualización 70

INTRODUCCIÓN

Antes de empezar

Para quién es este libro, qué vas a tener al terminarlo y la regla que atraviesa todos los capítulos.

En Instagram no se vende con publicaciones. Se vende con conversaciones. Las publicaciones hacen que la gente te conozca; los mensajes directos hacen que te compre.

Muchos emprendedores y profesionales publican con constancia, tienen seguidores que les dan “me gusta” y comentan, pero no consiguen clientes. Y cuando alguien les escribe preguntando precio, responden el número y la conversación muere ahí. El problema no está en el contenido: está en lo que pasa después, en la bandeja de entrada.

Este libro es sobre esa parte. Cómo lograr que la gente te escriba, cómo responder para que la conversación avance, cómo escribirle vos a quien todavía no te conoce sin parecer spam, cómo manejar las objeciones, hacer seguimiento y cerrar la venta. Todo por mensaje directo, que es donde en Instagram se decide casi todo.

Para quién es

- Profesionales y emprendedores que venden servicios o productos y usan Instagram.
- Quienes tienen seguidores pero no clientes.
- Quienes reciben consultas por mensaje y sienten que la mayoría “se enfría”.
- Quienes quieren salir a buscar clientes por Instagram y no saben cómo escribir sin molestar.

Si todavía no sabés qué servicio ofrecer, empezá por *Vendé servicios digitales sin experiencia*. Si querés un método de captación general, que incluye WhatsApp, correo y visitas, *Tus primeros clientes*. Este libro es específico de Instagram.

Qué vas a tener al terminar

- [ ] Un perfil que convierte visitas en conversaciones.
- [ ] Contenido que hace que la gente te escriba, con llamados a la acción que funcionan.
- [ ] Un método para responder cada consulta y llevarla hacia una venta.
- [ ] Mensajes para escribirle a quien no te conoce, personalizados y respetuosos.
- [ ] Una estructura para la conversación de venta por mensaje.
- [ ] Respuestas a las objeciones más comunes.
- [ ] Una cadencia de seguimiento que no molesta.
- [ ] Un sistema para cerrar y cobrar por mensaje.
- [ ] Una forma de organizar decenas de conversaciones sin perder ninguna.

Cómo está armado

La **Parte I** es la base: por qué los mensajes directos venden, el perfil y el contenido que abre conversaciones.

La **Parte II** son las conversaciones: responder, escribir primero, la conversación de venta, las objeciones y el seguimiento.

La **Parte III** es cerrar y ordenar: el cierre y el pago, la organización de tu bandeja y cómo escalar.

Al final hay cuatro anexos: la biblioteca de mensajes, el guion de conversación, los prompts y las fuentes.

La regla

Hay una regla que atraviesa todo el libro, y que conviene tener presente desde ahora: **cada mensaje tiene que ser algo que te gustaría recibir.**

Si un mensaje es genérico, insistente, manipulador o no tiene nada que ver con la persona, no lo mandes. No solo porque molesta: porque no funciona, porque daña tu reputación y porque Instagram limita las cuentas que se comportan como spam. Las ventas por mensaje funcionan cuando las conversaciones son reales, personales y útiles para la otra persona.

EL SPAM DISFRAZADO DE ESTRATEGIA

Mandar el mismo mensaje a cientos de cuentas, seguir y dejar de seguir para llamar la atención, escribir "¡Hola! Vi tu perfil y me encantó, ¿te interesa aumentar tus ventas?" a cualquiera. Todo eso se vende como "estrategia de prospección", y todo eso es spam. Genera rechazo, casi no genera clientes y puede hacer que Instagram restrinja tu cuenta. Este libro enseña lo contrario.

ANTES DE PASAR DE PÁGINA

Abrí tu bandeja de mensajes de Instagram y revisá las últimas veinte conversaciones con posibles clientes. Anotá: ¿cuántas terminaron en venta? ¿En cuántas la conversación murió después de que dijiste el precio? ¿Cuántas quedaron sin respuesta tuya o sin seguimiento? Ese es tu punto de partida.

01

Por qué los mensajes venden

La diferencia entre publicar y conversar, las dos formas en que empieza una conversación de venta, y las reglas de Instagram que conviene conocer antes de escribirle a nadie.

Una publicación le habla a todos a la vez. Un mensaje le habla a una persona. Y las personas compran cuando sienten que alguien entendió su situación particular, no cuando leen algo escrito para todos.

Publicar y conversar

	PUBLICAR	CONVERSAR
A quién le habla	A muchas personas a la vez	A una persona
Qué genera	Alcance, confianza, recordación	Entendimiento, confianza personal, decisión
Qué podés adaptar	Nada: es igual para todos	Todo: preguntas, ejemplos, oferta
Resultado típico	Seguidores, interacción, visitas al perfil	Ventas

Las dos cosas se necesitan. El contenido hace que la gente te conozca y te escriba. La conversación convierte ese interés en una venta. Muchas cuentas hacen muy bien la primera parte y abandonan la segunda.

> **LA VENTA CONVERSACIONAL**
>
> Vender por mensaje tiene una ventaja enorme sobre una página de venta: podés preguntar. Podés entender qué le pasa a esa persona, qué necesita, qué la frena, y adaptar lo que le ofrecés. Para servicios y productos donde cada cliente es un poco distinto, eso vale muchísimo.

Las dos formas de empezar

Una conversación de venta en Instagram empieza de dos formas:

	ENTRANTE	SALIENTE
Quién escribe primero	El cliente potencial	Vos
Por qué pasa	Vio tu contenido, tu perfil, una recomendación	Encontraste a alguien que podría necesitarte
Nivel de interés inicial	Alto: ya quiere algo	Bajo: todavía no te conoce
Qué necesita	Buena respuesta y buena conversación	Un buen motivo para responder
Capítulo	4	5

Lo ideal es tener las dos. La entrante depende de tu perfil y tu contenido (capítulos 2 y 3). La saliente depende de tu capacidad de encontrar a las personas correctas y escribirles bien (capítulo 5).

Las reglas de Instagram

Instagram tiene reglas sobre mensajes, y conocerlas te evita problemas:

- [ ] **Solicitudes de mensaje:** si le escribís a alguien que no te sigue, tu mensaje suele llegar a una bandeja de solicitudes, y la persona decide si lo acepta. No verá tu mensaje de inmediato.
- [ ] **Límites de actividad:** Instagram limita la cantidad de acciones (mensajes, seguimientos, comentarios) que una cuenta puede hacer en un período. Los límites no se publican con cifras fijas y cambian. Si te excedés o tu actividad parece automatizada, pueden restringir tu cuenta temporalmente.
- [ ] **Normas comunitarias:** el spam, el acoso y los mensajes no deseados van contra las normas.
- [ ] **Herramientas de terceros:** las herramientas que automatizan mensajes por fuera de las integraciones oficiales de Meta pueden poner en riesgo tu cuenta.

> **COMPRAR SEGUIDORES O USAR BOTS**
>
> Comprar seguidores, usar programas que siguen y dejan de seguir automáticamente, o bots que mandan mensajes masivos: además de ir contra las normas de Instagram, dañan tu cuenta. Los seguidores falsos no compran, no interactúan y hacen que tu contenido llegue a menos gente real. Y si Instagram lo detecta, puede limitar o cerrar la cuenta.

Qué hace que una conversación termine en venta

Si analizás las conversaciones que terminaron en venta y las que no, suelen aparecer los mismos patrones:

Si no puede responder las tres, ajustá el perfil. Es el mismo principio que el test de los cinco segundos de una landing, que se desarrolla en el libro 03.

REVISAR MI PERFIL — PERFIL

Te paso mi perfil de Instagram:
Nombre: **nombre**
Bio: **bio**
Enlace: **a dónde lleva**
Destacados: **nombres y contenido**
Publicaciones fijadas: **de qué tratan**
Lo que vendo y a quién: **oferta y cliente ideal**

Revisalo como si fueras mi cliente ideal viéndolo por primera vez. Decime si en diez segundos se entiende qué hago, para quién y qué hacer. Proponé tres versiones de bio (tres líneas: qué y para quién, por qué o resultado, llamada a la acción), un nombre optimizado y qué destacados y fijadas debería tener.

UNA BIO LLENA DE EMOJIS Y FRASES MOTIVACIONALES

"✨ Soñadora 🌙 | Amante del café ☕ | Emprendedora 💪 | Creyendo en mí 🦋". Dice mucho de tu personalidad y nada de lo que vendés. Si tu perfil es para vender, la bio tiene que decir qué hacés, para quién y qué hacer. Tu personalidad puede aparecer en el contenido y en cómo escribís, no en reemplazo de la información.