FRAN MURAD

EDICIÓN 2026

MANUAL DE EJECUCIÓN

Vendé servicios sin experiencia

Cómo elegir tu primer servicio, aprender lo necesario en semanas, armar un portfolio desde cero y hacer tu primera oferta, sin mentir sobre lo que todavía no sabés.

ESCRITO POR

Fran Murad

PRIMERA EDICIÓN
2026

Vendé servicios digitales sin experiencia

Cómo elegir tu primer servicio, aprender lo necesario en semanas, armar un portfolio desde cero y hacer tu primera oferta, sin mentir sobre lo que todavía no sabés.

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

VENDÉ SERVICIOS DIGITALES SIN EXPERIENCIA

Antes de empezar 1

PARTE I · ELEGIR

01 Qué significa “sin experiencia” 5

02 Elegir tu primer servicio 10

03 A quién se lo vas a ofrecer 17

PARTE II · APRENDER Y DEMOSTRAR

04 Aprender lo necesario en 30 días 22

05 El portfolio desde cero 27

06 Proyectos piloto 32

07 Tu presencia mínima 37

PARTE III · VENDER

08 Tu primera oferta 43

09 Cómo hablar de tu experiencia sin mentir 48

10 Las primeras ventas 53

11 De principiante a profesional 58

Matriz para elegir servicio 62

Plan de aprendizaje de 30 días 64

Mensajes y guiones 67

Fuentes y actualización 70

INTRODUCCIÓN

Antes de empezar

Para quién es este libro, qué vas a tener al terminarlo y la promesa que no te voy a hacer.

Nadie nace con experiencia. Todos los profesionales que hoy cobran bien por su trabajo tuvieron un primer cliente al que le dijeron que sí sin haberlo hecho nunca antes para otra persona. La diferencia entre los que lo lograron y los que no, casi nunca fue el talento: fue el método.

Hay una trampa en la que cae casi todo el que quiere empezar a vender servicios digitales: "No puedo conseguir clientes porque no tengo experiencia, y no puedo tener experiencia porque no tengo clientes". Parece un círculo sin salida. No lo es. Tiene varias salidas, y este libro te muestra cuáles.

Para quién es

Este libro es para vos si:

- Querés empezar a ofrecer un servicio digital (webs, redes, diseño, contenido, publicidad, automatizaciones) y todavía no tuviste ningún cliente.
- Estás aprendiendo algo y no sabés cuándo vas a estar "listo" para cobrar.
- Tenés un trabajo y querés generar un ingreso extra con servicios digitales.
- Te sentís un impostor cada vez que pensás en ofrecerle algo a alguien.

Si ya tenés clientes y querés conseguir más, *Tus primeros clientes* es más directo para tu situación. Si ya sabés hacer páginas web y querés

profesionalizarlo, *Tu primera web con IA*. Este libro es el paso anterior: **pasar de cero a tu primera venta.**

Qué vas a tener al terminar

- [ ] Un servicio elegido con criterio, no por moda.
- [ ] Un tipo de cliente concreto al que ofrecérselo.
- [ ] Un plan de aprendizaje de 30 días, orientado a hacer, no a mirar cursos.
- [ ] Un portfolio con al menos tres trabajos, armado desde cero.
- [ ] Dos o tres proyectos piloto con clientes reales y sus testimonios.
- [ ] Una presencia mínima para que te encuentren y te crean.
- [ ] Una primera oferta, con alcance acotado y un precio de entrada honesto.
- [ ] Las palabras para hablar de tu experiencia sin mentir y sin disminuirte.
- [ ] Un plan para conseguir tus primeras ventas.

Cómo está armado

La **Parte I** es elegir: qué significa empezar sin experiencia, qué servicio conviene aprender y a quién ofrecérselo.

La **Parte II** es aprender y demostrar: un plan de aprendizaje de 30 días, el portfolio desde cero, los proyectos piloto y tu presencia mínima.

La **Parte III** es vender: la primera oferta, cómo hablar de tu experiencia, las primeras ventas y qué hacer cuando dejás de ser principiante.

Al final hay cuatro anexos: la matriz para elegir servicio, el plan de 30 días, los mensajes y guiones, y las fuentes.

La promesa que no te voy a hacer

No te voy a decir que en 30 días vas a estar ganando lo mismo que alguien con diez años de oficio. Tampoco que la IA hace todo sola y vos solo cobrás.

Ninguna de las dos cosas es verdad, y los libros que las prometen te preparan para frustrarte.

Lo que sí es verdad es esto: **hoy se puede aprender un servicio digital útil mucho más rápido que hace algunos años**, porque la IA acelera el aprendizaje y la producción. Y hay muchísimos negocios chicos que necesitan ayuda digital y no la tienen. Entre esas dos cosas hay un espacio real para empezar, si lo hacés con honestidad y método.

> **LA TRAMPA DE "CUANDO ESTÉ LISTO"**
>
> "Cuando termine este curso." "Cuando tenga un portfolio más completo." "Cuando me sienta seguro." Ese momento no llega solo. La seguridad no viene antes del primer cliente: viene después. Nadie se siente listo la primera vez. La diferencia es que algunos empiezan igual, con un servicio acotado y honesto, y otros esperan para siempre.

El compromiso

Te pido una sola cosa: **ponete una fecha.** Una fecha concreta, dentro de los próximos 60 días, en la que vas a haber hecho tu primera oferta a una persona real.

No hace falta que te compre. Hace falta que se la ofrezcas. La primera oferta es la más difícil, y una fecha la convierte de deseo en plan.

> **ANTES DE PASAR DE PÁGINA**
>
> Escribí: *"El _____ (fecha) voy a haberle ofrecido mi servicio a una persona real"*. Ponelo en tu calendario. Cada capítulo de este libro te acerca a esa fecha.

01

Qué significa “sin experiencia”

La diferencia entre no tener experiencia y no tener habilidad, qué compra realmente un cliente, y por qué empezar de cero hoy es distinto que hace unos años.

Cuando decís “no tengo experiencia”, casi siempre querés decir “no tengo clientes anteriores”. Pero eso es otra cosa. Podés tener la habilidad sin tener el historial. El trabajo de los primeros meses es construir el historial.

Habilidad, experiencia y prueba

Conviene separar tres cosas que solemos mezclar:

CONCEPTO	QUÉ ES	CÓMO SE CONSIGUE
Habilidad	Saber hacer el trabajo con un nivel aceptable	Aprendiendo y practicando
Experiencia	Haberlo hecho para clientes reales, con sus problemas reales	Trabajando con clientes
Prueba	Algo que el cliente puede ver para creer que sabés hacerlo	Portfolio, casos, testimonios, demostraciones

Un cliente no necesita que tengas diez años de experiencia. Necesita **creer que vas a resolver su problema**. Y para eso, lo que más pesa es la prueba. Por eso este libro dedica tanto espacio a construir prueba desde cero: es lo que reemplaza a la experiencia mientras la estás consiguiendo.

Qué compra realmente un cliente

Un dueño de negocio que contrata un servicio digital no compra horas de trabajo ni conocimientos técnicos. Compra dos cosas:

1. **Un resultado.** Una web que funcione, redes que se vean profesionales, consultas nuevas, tiempo ahorrado.
2. **Confianza.** La tranquilidad de que la persona que contrata va a cumplir, va a responder y no lo va a dejar colgado.

Lo interesante es que la segunda muchas veces pesa más que la primera, sobre todo en negocios chicos. Muchos dueños prefieren a alguien que responde rápido, explica claro y cumple lo que promete, aunque no sea el mejor del mercado, antes que a un experto que tarda tres días en contestar.

> **TU VENTAJA INICIAL**
>
> Cuando empezás, tenés algo que muchos profesionales ya no tienen: tiempo y ganas. Podés responder rápido, dedicarle atención a cada cliente, explicar con paciencia y cuidar cada detalle. Para un negocio chico que viene de tener malas experiencias con proveedores, eso vale mucho. No es un sustituto de hacer bien el trabajo, pero es una ventaja real.

Lo que cambió con la IA

Hace algunos años, aprender a hacer una web profesional, diseñar piezas para redes o armar una campaña publicitaria llevaba meses de estudio. Hoy, la IA cambió tres cosas:

- **El aprendizaje es más rápido.** Tenés un tutor disponible todo el tiempo, que te explica lo que no entendés, con ejemplos, al ritmo que necesitás.

- **La producción es más rápida.** Muchas tareas que llevaban horas llevan minutos: borradores, código, variantes, investigación.
- **La barrera técnica es más baja.** Podés hacer cosas que antes requerían saber programar o dominar programas complejos.

Pero hay algo que la IA no cambió: **el criterio**. Saber qué necesita el cliente, qué está bien y qué está mal, qué decir y qué no. Eso se aprende haciendo, revisando y equivocándose. Y es exactamente lo que diferencia a un principiante que va a crecer de uno que va a producir cosas genéricas y competir solo por precio.

> **VENDER LA IA EN LUGAR DE VENDER EL RESULTADO**
>
> "Hago webs con inteligencia artificial" no es una oferta: es una descripción de tu herramienta. Al cliente no le importa si usás IA, un programa o un lápiz. Le importa qué resultado va a tener. Además, si tu único diferencial es la IA, cualquiera con la misma IA puede reemplazarte. El diferencial es lo que hacés con ella.

La escalera del principiante

Casi todo el que empieza de cero y termina viviendo de un servicio digital pasa por estos escalones:

1. **Aprender lo mínimo** para hacer un trabajo aceptable. No perfecto: aceptable.
2. **Hacer trabajos propios o de práctica** para tener algo que mostrar.
3. **Hacer dos o tres proyectos piloto** con clientes reales, a precio reducido, a cambio de testimonio.
4. **Hacer la primera venta** a precio de entrada.
5. **Repetir** hasta tener cinco o diez clientes y un proceso que funciona.
6. **Subir el precio y especializarte.**

Este libro cubre del escalón 1 al 5, y te deja en la puerta del 6. Lo importante es no saltear escalones: el que intenta vender a precio profesional sin haber

4. **Hacé la prueba de la conversación:** contale a tres personas que tienen un negocio que estás pensando ofrecer ese servicio. Si alguna te dice "¿en serio? Justo necesito eso", es una muy buena señal.
5. **Decidí y comprometete** durante al menos 90 días.

La IA te puede ayudar a pensar, siempre que le des tu información real:

ELEGIR MI PRIMER SERVICIO — DECISIÓN

Estoy por empezar a vender servicios digitales y tengo que elegir uno solo. Te paso mi situación.

Lo que ya sé hacer: **habilidades, aunque sean básicas**
Lo que me interesa: **intereses**
Tiempo que puedo dedicar por semana: **horas**
Dónde vivo y a qué tipo de negocios tengo acceso: **ciudad y contexto**
Servicios que estoy considerando: **hasta cuatro**

Evaluá cada servicio con estos criterios, del 1 al 5: demanda, tiempo de aprendizaje, costo de entrada, apoyo de la IA, repetición y afinidad con lo que te conté. Explicá cada puntuación en una línea. Recomendame uno y decime qué dudas debería despejar antes de decidir. No inventes datos del mercado: si algo depende de mi ciudad, decime cómo averiguarlo.