
GROWGRAM

Guia Completa para Crecer en Instagram

EXCLUSIVO PARA DOCTORES Y CLINICAS

Escrito por

Adrian Vera | Marketing Medico

@adrianveragmk

Con esta guia podras gestionar tu Instagram como un profesional y empezar a generar pacientes en menos de dos meses, siguiendo cada paso de forma estrategica.

CONTENIDO

Introduccion 3

Glosario de Terminos 4

Capitulo 1 — Primeros Pasos y Configuracion 5

Capitulo 2 — Metricas de Marketing 9

Capitulo 3 — Optimiza tu BIO 12

Capitulo 4 — Conociendo tu Marca 14

NUEVO: Ejemplos de BIOs para Doctores 16

NUEVO: Scripts para DMs 18

NUEVO: Calendario de Contenido 21

Conclusion 23

INTRODUCCION

Esta guia fue creada para ayudar a doctores y clinicas a generar ventas a traves de Instagram. Reconocemos que hacer crecer una presencia en esta plataforma puede ser un desafio, pero hemos realizado meses de investigacion y recopilado datos valiosos para facilitarte esta tarea.

Estamos convencidos de que, con la estrategia que te presentamos a continuacion, podras gestionar tu cuenta de Instagram como un profesional, sin necesidad de contratar a un experto en marketing. Aunque, claro, contar con apoyo especializado nunca esta de mas y puede ahorrarte tiempo y esfuerzo.

Sigue estos consejos paso a paso y en menos de dos meses empezaras a ver los resultados.

Hola, soy Adrian Vera, especialista en Marketing Medico. Durante años he trabajado con doctores y clinicas en Ciudad de Mexico ayudandoles a construir una presencia digital que se traduce en mas pacientes y mayor facturacion.

Esta guia contiene mi metodologia probada. Si la sigues paso a paso, en menos de un mes notaras un crecimiento real en tu cuenta.

GLOSARIO DE TERMINOS

Es importante que conozcas ciertos terminos de Instagram para que puedas aplicar correctamente todo lo que veras a lo largo de esta guía.

Feed	La seccion principal del perfil donde se muestran las publicaciones permanentes, generalmente en formato de cuadrícula. Es el escaparate visual de la cuenta y representa su identidad.
Post	Una publicacion individual en el feed, que puede incluir imagenes, videos, textos o combinaciones de estos formatos.
Carrusel	Un tipo de post que permite incluir multiples imagenes o videos en una misma publicacion. Los usuarios pueden deslizarse hacia la izquierda para ver todo el contenido.
Reel	Videos cortos, dinamicos y editados, diseñados para entretener y captar la atencion. Formato ideal para viralizar contenido.
Story	Publicaciones efimeras que duran 24 horas y aparecen en la parte superior de la aplicacion.
Destacados	Historias archivadas que se pueden fijar permanentemente en el perfil, organizadas en categorias especificas.
Engagement	Interaccion de los usuarios con el contenido: likes, comentarios, compartidos, guardados y respuestas.
Hashtag	Palabras o frases precedidas por #, que categorizan contenido y facilitan que sea encontrado.
Biografia (BIO)	La descripcion breve que aparece en el perfil de una cuenta con informacion de contacto y propuesta de valor.
Pauta	Estrategia de invertir dinero en anuncios publicitarios en redes sociales para alcanzar una audiencia especifica.
CAC	Costo de Adquisicion de Cliente. Cuanto te cuesta en dinero traer un nuevo paciente.
Hook	El gancho inicial de un video o texto que capta la atencion de manera inmediata y hace que las personas sigan viendo.

CAPITULO 1 — PRIMEROS PASOS Y CONFIGURACION

En este capitulo veras como debe estar estructurado tu Instagram. Usaremos tu perfil como una Landing Page: cuando tus pacientes vean un Reel, Story o Post, llegaran a tu perfil, y este debe convertirlos en consultas.

Estructura de tu Perfil

Tu perfil debe tener los siguientes elementos bien configurados:

1. Nombre de usuario — Claro, profesional y facil de recordar.
2. Foto de perfil — Profesional, con buena iluminacion y fondo neutro.
3. Biografia (BIO) — Clara, con propuesta de valor y llamada a la accion.
4. Historias Destacadas — Organizadas por temas: Servicios, Resultados, Testimonios, Precios.
5. Feed — Contenido estetico, coherente con tu identidad visual.

Paso a Paso: Configurar tu Perfil Profesional

Paso 1 — Cambia tu cuenta a Creador de Contenido

Ve a Configuracion y actividad > Tipo de cuenta y herramientas > Cambiar a cuenta profesional. Esto te dara acceso a:

- Metricas avanzadas de alcance e interaccion
- Gestion de mensajes directos (DM)
- Etiquetas de Categoria en el perfil
- Herramientas de Colaboracion y Monetizacion
- Acceso a pautar tu contenido
- Vinculacion con Facebook

Paso 2 — Selecciona el tipo de cuenta

Ve a Tipo de cuenta y herramientas > Cambiar a cuenta profesional.

Paso 3 — Escoge tu Categoria

Selecciona Doctor, Cirujano o Clinica segun corresponda. Esto es clave para que aparezca como sugerencia en busquedas relacionadas con salud.

Paso 4 — Selecciona Creador de Contenido

Escoge la opción Creadores (no Empresas). Esto te permite:

- Subir historias con música comercial
- No limitar el alcance orgánico de tu perfil

Respuestas Guardadas para tus DMs

Configura respuestas guardadas para no perder tiempo contestando lo mismo una y otra vez. Meta premia que contestes todos los mensajes en menos de 2 horas: esto reducirá el costo por conversación en tus anuncios.

6. Ingresa al icono de mensaje (DM) de Instagram.
7. Da clic en cualquier conversación.
8. Ingresa al icono de respuestas guardadas.
9. Crea una nueva respuesta: asignale un nombre abreviado (ej. 'Ubicación') y escribe el mensaje completo.

TIP PROFESIONAL: Crea respuestas guardadas para: ubicación de tu consultorio, información general de procedimientos, precios de consulta y citas. Esto te ahorra horas cada semana.

Panel para Profesionales

El Panel para Profesionales es tu herramienta más poderosa para monitorear el crecimiento de tu cuenta. Los indicadores clave son:

INDICADOR	QUE SIGNIFICA
Cuentas Alcanzadas	Personas que vieron tus publicaciones (hayan interactuado o no) en un periodo determinado.
Cuentas que Interactuaron	Personas que dieron like, comentaron, guardaron o compartieron tu contenido.
Total de Seguidores	Nuevos seguidores vs. quienes dejaron de seguirte.
Contenido Compartido	Total de publicaciones realizadas en el periodo.

CAPITULO 2 — METRICAS DE MARKETING

En este capitulo aprenderas a medir el desempeño de tu estrategia digital. Dominar estas metricas te permitira tomar decisiones basadas en datos, no en suposiciones.

CAC — Costo de Adquisicion de Cliente

Esta metrica te indica cuanto te cuesta en dinero traer un nuevo paciente. Es fundamental para saber si tu inversion en marketing esta dando resultados.

$$\text{CAC} = \text{Costos de Marketing y Ventas} / \text{Numero de Pacientes Nuevos}$$

Los costos de marketing y ventas incluyen:

- Pago a agencia de marketing
- Pago de anuncios en plataformas (Meta Ads, Google Ads)
- Community Manager
- Comisiones por ventas
- Mantenimiento de pagina web

EJEMPLO PRACTICO: Si inviertes \$5,000 pesos al mes en marketing y obtienes 10 pacientes nuevos, tu CAC es de \$500 pesos por paciente. Para ser rentable, cada paciente debe generarte mas de \$500 pesos en ingresos.

El CAC optimo suele estar entre el 1% y el 10% del valor total que te genera un paciente. No hay un numero universal: depende de tu especialidad y tus precios.

Tasa de Recurrencia

Adquirir un nuevo paciente es caro. Por eso es mas eficiente (y rentable) hacer que los pacientes actuales regresen.

$$\% \text{ de Recurrencia} = (\text{Pacientes Recurrentes} / \text{Total de Pacientes}) \times 100$$

A largo plazo es mejor tener pacientes recurrentes: así no tendrás que esforzarte cada mes en atraer nuevos clientes desde cero. Una vez superada la primera visita, enfoca esfuerzos en fidelización.

Engagement

El engagement mide que tan activa e interesada está tu audiencia con tu contenido. Es la única métrica directamente relacionada con tus redes sociales, y es clave a largo plazo.

$$\% \text{ Engagement} = (\text{Interacciones} / \text{Alcance}) \times 100$$

ENGAGEMENT BUENO

5% a 10%

Tu contenido conecta bien con tu audiencia.

ENGAGEMENT EXCELENTE

10% o mas

Reducirás costos publicitarios significativamente.

Tasa de Nuevos Mensajes

Esta métrica te indica que porcentaje de los mensajes que recibes provienen de personas nuevas (prospectos) versus personas que ya habían contactado antes.

$$\text{Tasa de Nuevos Mensajes} = (\text{Mensajes Nuevos} / \text{Total de Mensajes}) \times 100$$

META: Mantener esta tasa por encima del 60%. Si es menor, significa que tu publicidad está llegando a personas que ya te conocen y no a nuevos prospectos.

CAPITULO 3 — OPTIMIZA TU BIO

Tu BIO es tu landing page dentro de Instagram. Cuando un prospecto llega a tu perfil tiene menos de 5 segundos para decidir si te sigue o te escribe. Hazla clara, directa y con todos los elementos que motiven la acción.

Elementos Obligatorios de tu BIO

10. NOMBRE + PALABRA CLAVE — Ej: 'Dr. Juan Lopez | Cirujano Plastico'. Esto ayuda a aparecer en búsquedas dentro de Instagram.
11. PROPUESTA DE VALOR — Que problema resuelves. Ej: 'Te ayudo a recuperar tu confianza con procedimientos seguros y certificados.'
12. CREDENCIALES RAPIDAS — Certificaciones, años de experiencia, número de procedimientos realizados.
13. LLAMADA A LA ACCIÓN (CTA) — Ej: 'Agenda tu consulta gratis aquí', 'WhatsApp disponible', etc.
14. LINK EN BIO — Usa un multilink (Linktree, wa.link) que lleve a WhatsApp, página web o formulario de citas.

Nota: Es importante que hayas configurado tu perfil conforme al Capítulo 1 para que te permita editar esta parte de la BIO

Historias Destacadas Estratégicas

Usa máximo 6 destacados. Estos funcionan como secciones de tu landing page. Te recomiendo incluir:

- Resultados — Antes y después de tus procedimientos (con consentimiento del paciente).
- Testimonios — Videos o capturas de pantalla de pacientes satisfechos.
- Servicios / Precios — Información clara de lo que ofreces.
- En el Quirófano o consultorio/clinica— Videos del proceso (sin mostrar contenido gráficamente sensible).
- Sobre Mi — Tu historia, formación, certificaciones y por qué elegiste esta especialidad.
- Preguntas Frecuentes — Responde las dudas más comunes antes de que pregunten.

CAPITULO 4 — CONOCIENDO TU MARCA

Para que tu marca sea relevante y memorable, necesitas construirla sobre una base sólida. Con que domines 2 o más de los siguientes puntos, tu marca será inolvidable para tus potenciales pacientes.

1. Story — Tu Historia Personal

La historia de tu perfil es tu carta de presentación y tu principal herramienta de credibilidad social (social proof). Debe responder: quién eres, que haces y por qué deben confiar en ti.

Incluye en tu historia de marca:

- Tu trayectoria profesional: años de experiencia, formación académica y logros clave.
- El prestigio de tu clínica u hospital: reconocimientos, ubicación, infraestructura.
- Tu especialización: certificaciones, cursos, congresos o membresías profesionales.
- Historias de éxito: casos reales que demuestren tu trabajo (con permiso del paciente).
- Tu participación en la comunidad médica o actividades de educación.

Contar tu historia con claridad y autenticidad fortalece la confianza y diferencia tu perfil de otros profesionales del sector.

2. Identidad Visual

Tu feed de Instagram es tu vitrina digital. La coherencia visual genera confianza profesional. Define estos elementos:

- Paleta de colores — Máximo 3 colores. En medicina funcionan muy bien el blanco, beige y dorado, o el azul marino con plateado.
- Tipografía — Usa máximo 2 tipos de letra: una para títulos (con personalidad) y otra para textos (limpia y legible).
- Estilo fotográfico — Fotos profesionales, bien iluminadas, fondo limpio. Evita filtros excesivos.
- Moodboard — Define el 'feeling' visual de tu cuenta antes de publicar

3. Estrategia de Contenido

Distribuye tu contenido siguiendo el embudo de ventas medico:

ETAPA	% DEL CONTENIDO	TIPO DE CONTENIDO
Captacion	50%	Reels virales, mitos, secretos, tendencias. Busca alcanzar nuevas personas.
Validacion	20%	Tutoriales, educacion medica, antes y despues. Genera confianza.
Conexion	20%	Stories, dia a dia, testimonios, humanizacion de marca.
Venta	10%	Promociones, precios, lanzamientos, consultas gratuitas.

EJEMPLOS DE BIOS PARA DOCTORES

A continuacion encontraras ejemplos de BIOS optimizadas para diferentes especialidades medicas. Adaptalas con tu nombre, ciudad y datos reales.

Cirugia Plastica y Estetica

Dr. [Nombre] | Cirujano Plastico Certificado
Especialista en rinoplastia, liposuccion y BBL
Mas de [X] procedimientos realizados Certificado por el CMCPER
Agenda tu consulta GRATIS aqui [wa.link/\[tulink\]](#) — CDMX

Ginecologo/a

Dra. [Nombre] | Ginecologa y Obstetra
Tu salud femenina es mi prioridad
Consultas presenciales y en linea Certificada por el COMEGO
Primera consulta de valoracion: \$[precio] Agenda aqui tu cita — CDMX

Medico General / Medicina Preventiva

Dr. [Nombre] | Medicina General y Preventiva
Te ayudo a cuidar tu salud antes de que sea urgente
Consultas a domicilio y en linea disponibles Atencion rapida, sin filas y sin largas esperas
Agenda tu consulta: wa.link/[tulink]

Clinica Estetica

[Nombre de Clinica] | Estetica Avanzada
Botox, rellenos, tratamientos faciales y corporales Medicos certificados. Resultados naturales garantizados Consulta de valoracion GRATIS Agenda en: wa.link/[tulink] — [Ciudad]

CONSEJO: Tu BIO debe responder en 5 segundos: Quien eres, que haces, por que confiar en ti y como contactarte. Usa emojis con moderacion para dar dinamismo visual.

SCRIPTS PARA DMs

Estos scripts estan disenados para que puedas responder rapidamente a los mensajes mas frecuentes sin perder calidad ni calidez. Guardalos como Respuestas Rapidas en tu Instagram.

Script 1 — Primera Respuesta a Prospecto Nuevo

Hola [nombre], bienvenido/a. Soy el Dr. [tu nombre], especialista en [especialidad]. Me da mucho gusto que te hayas comunicado. Estoy para orientarte. Cuéntame, ¿que te gustaria trabajar o cuales son tus objetivos? Asi puedo darte la mejor orientacion posible.

Script 2 — Consulta de Precios

Hola [nombre], gracias por tu mensaje. Los precios varian segun el procedimiento y las necesidades especificas de cada paciente, por eso lo ideal es una valoracion previa. Tenemos consultas de valoracion desde \$[precio] donde te explicamos todo a detalle, sin compromiso. ¿Te gustaria agendar una? Tenemos disponibilidad esta semana.

Script 3 — Solicitud de Informacion sobre Procedimiento

Hola [nombre], con gusto te cuento. [Descripcion breve del procedimiento en 2-3 lineas]. El proceso incluye: valoracion previa, el procedimiento en si y seguimiento post-operatorio. Para darte informacion mas precisa segun tu caso, lo mejor es una consulta de valoracion. ¿Que días tienes disponibles?

Script 4 — Seguimiento a Prospecto que No Respondio

Hola [nombre], te escribo de nuevo por si se te paso mi mensaje anterior. Entiendo que estas ocupado/a. Solo queria comentarte que todavia tenemos disponibilidad esta semana para tu consulta de valoracion. Si tienes alguna duda, con gusto la resuelvo. Sin compromiso. ;)

Script 5 — Confirmación de Cita

Hola [nombre], confirmamos tu cita para el [día] a las [hora]. Te esperamos en [dirección del consultorio/clinica]. Si necesitas reagendar, avisaños con anticipación. Nos vemos pronto!

RECUERDA: Meta premia contestar en menos de 2 horas. Activa notificaciones y usa las respuestas guardadas para ser rápido sin sacrificar calidad.

CALENDARIO DE CONTENIDO MENSUAL

Usa este calendario como guía para distribuir tu contenido de forma estratégica. Recuerda la regla: 50% captación, 20% validación, 20% conexión y 10% venta.

Frecuencia recomendada: 3 publicaciones por semana en Feed/Reels + Stories diarias.

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
REEL Captación: Mito especialidad	Story: Día a día	CARRUSEL Validación: Tips útiles	Story: Pregunta interactiva	REEL Captación: Hook viral	Story: Testimonio	DESCANSO
REEL Conexión: Detrás de cámaras	Story: Pregunta frecuente	CARRUSEL Validación: Procedimiento	Story: Día a día	REEL Captación: Hook tendencia	Story: Resultado paciente	DESCANSO
REEL Captación: Errores comunes	Story: Tip rápido	CARRUSEL Validación: Antes/después	Story: Encuesta opinión	REEL Conexión: Storytelling	Story: Testimonio video	DESCANSO
REEL Captación: Dato sorprendente	Story: Día a día	CARRUSEL VENTA: Promoción	Story: Precio o paquete	REEL Validación: Tutorial	Story: Cierre de semana	DESCANSO

CONSEJO: Programa tu contenido con anticipación usando la opción de Programar Publicación de Instagram. Ahorra tiempo y mantiene la consistencia.

Hooks Recomendados para el Sector Medico

Usa estos hooks al inicio de tus Reels y Carruseles para captar atención inmediatamente:

- Lo que ningún doctor te dice sobre [procedimiento]...
- 3 errores que cometen los pacientes antes de su cirugía
- ¿Por qué algunas cirugías NO te dan los resultados que esperas?
- El secreto que usan los mejores cirujanos para resultados naturales
- Si estás pensando en [procedimiento], necesitas escuchar esto antes
- Esto es lo que pasa en tu cuerpo durante [procedimiento]
- Mito o realidad: [afirmación común sobre procedimiento]
- Mi paciente no volvió a ser el mismo después de esta cirugía...

CONCLUSION

Hacer crecer tu Instagram como doctor o clinica no requiere suerte: requiere estrategia, consistencia y conocer las reglas del juego digital.

Con esta guía tienes todo lo que necesitas para:

- Configurar tu perfil de forma profesional y estrategica
- Medir las metricas que realmente importan para tu negocio medico
- Optimizar tu BIO para convertir visitas en pacientes
- Construir una marca medica memorable y de confianza
- Crear contenido con estructura y proposito cada semana
- Responder mensajes de forma rapida y efectiva con scripts probados

REGLA DE ORO: Publica con consistencia. No importa si empiezas con 200 seguidores. El algoritmo premia la constancia y la interaccion, no el tamaño de la cuenta.

Si en algun momento necesitas apoyo profesional para implementar esta estrategia, nuestro equipo esta disponible para ayudarte.

Adrian Vera | Marketing Medico
[@adrianveragmk](#)
