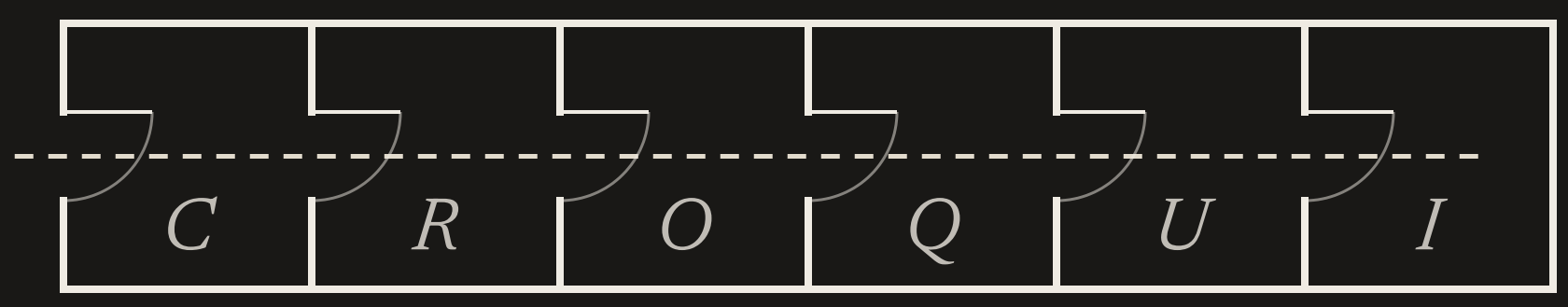
Playbook
do caminho do cliente



Do primeiro contato à indicação: um teste para achar onde o seu escritório perde projeto, o passo a passo de cada etapa e como a Convium resolve cada uma.

ANTES DE COMEÇAR

Projeto bom *não se vende sozinho.*

Entre a primeira busca e a indicação que vem depois da obra, o cliente passa por seis etapas. Em cada uma, o escritório ganha ou perde o projeto, muitas vezes sem perceber.

11%

dos arquitetos do Brasil usam site com portfólio para conseguir cliente. E, entre os 10 melhores escritórios do país no ranking da Architizer, achamos três falhas no caminho.

Fontes: CAU/BR e Datafolha, 2019; estudo da Convium, outubro de 2026

COMO USAR ESTE PLAYBOOK

1. Faça o teste das próximas páginas. Leva 5 minutos.
2. Comece pela etapa com menos pontos.
3. Siga o passo a passo dela por uma semana. Depois, passe para a próxima.
4. No dia 30, refaça o teste e compare.
5. No fim, veja como a Convium resolve cada etapa.

O CAMINHO DO CLIENTE

Seis etapas, *do contato à indicação.*

C — **Ser encontrado**
Quem procura acha o escritório, e a indicação deixa de ser a única porta de entrada.

R — **Responder na hora**
Quem chama é recebido e sabe qual é o próximo passo.

O — **Orçamento que não esfria**
Toda proposta fala do projeto do cliente e tem data de retorno.

Q — **Entender o projeto**
O escritório conhece o projeto antes da reunião, sem interrogar.

U — **Notícia da obra**
O cliente sabe da obra antes de precisar perguntar.

I — **Indicação na hora certa**
Depois da entrega, o escritório é lembrado e indicado.

As letras formam o nome do nosso método, o CroquiFlow™. Na prática, entender o projeto (Q) começa já na primeira conversa e alimenta o orçamento (O).

O TESTE · 1 DE 2

Marque o que já é *verdade no seu escritório.*

Cada marca vale 1 ponto. O teste é só para você.

C SER ENCONTRADO

- [ ] Quem busca arquiteto na sua cidade no Google acha o Perfil da Empresa do escritório, com fotos e avaliações.
- [ ] O escritório tem site com portfólio no ar, e o link da bio abre.
- [ ] Os pedidos chegam por pelo menos três caminhos (indicação, Google, Instagram, parceiros), e vocês sabem de onde veio cada um.

R RESPONDER NA HORA

- [ ] O contato aparece em um toque no site, no Instagram e no Google, e leva ao mesmo WhatsApp.
- [ ] Quem escreve, a qualquer hora, recebe na hora uma mensagem que acolhe e diz o próximo passo.
- [ ] Em horário comercial, uma pessoa do escritório responde todo pedido novo em até uma hora.

O ORÇAMENTO QUE NÃO ESFRIA

- [ ] Todo orçamento enviado tem data de retorno combinada com o cliente e um responsável.
- [ ] A proposta começa pelo que o cliente contou, e não pela lista de serviços.
- [ ] Quando o cliente some depois do orçamento, vocês procuram de novo mais de uma vez, com algo útil.

Q ENTENDER O PROJETO

- [ ] Antes da reunião, vocês já sabem o tipo de projeto, o lugar, o tamanho e o prazo.
- [ ] Essas perguntas vêm aos poucos, na conversa, e não numa lista logo na primeira mensagem.
- [ ] O pedido fora do perfil do escritório recebe uma resposta educada, sem tomar a agenda dos sócios.

U NOTÍCIA DA OBRA

- [ ] No começo de cada projeto, o cliente sabe de quanto em quanto tempo vai ter notícia.
- [ ] A cada etapa, o cliente recebe o que foi feito, o que vem agora e uma foto, sem precisar pedir.
- [ ] Quem visita o Instagram do escritório vê uma obra andando, com atualização no último mês.

I INDICAÇÃO NA HORA CERTA

- [ ] Na entrega, vocês pedem a indicação e a avaliação no Google, com o link pronto.
- [ ] Vocês sabem quantos projetos do último ano vieram de indicação, e de quem.
- [ ] Um ano depois da entrega, o cliente recebe uma mensagem do escritório.

A SUA NOTA

Some os pontos *de cada etapa.*

C	Ser encontrado	____ de 3
R	Responder na hora	____ de 3
O	Orçamento que não esfria	____ de 3
Q	Entender o projeto	____ de 3
U	Notícia da obra	____ de 3
I	Indicação na hora certa	____ de 3

3 PONTOS	Em ordem. Mantenha.
2 PONTOS	Atenção. Um ajuste resolve.
0 OU 1	Aqui vaza projeto. Comece por esta.

Empate? Comece pela etapa que vem antes no caminho. Quem não acha o escritório nem chega ao orçamento.

Te indicaram. *A pessoa procurou e não chamou.*

51,9%

de quem recebe uma indicação já descartou o indicado antes de falar com ele. Motivos citados: o site não impressionou (29,6%) e o escritório não apareceu na busca (15,6%).

Fonte: Hinge Research Institute, EUA, 2015

NO ESTUDO DOS 10 MELHORES DO BRASIL

Os 10 estão no Google Maps, com nota média de 4,7. Nove têm site com portfólio. Oito mostram prêmios ou imprensa.



POR QUE IMPORTA

A indicação continua sendo a porta mais forte. Mas quem recebe a indicação confere antes de chamar. E o escritório que depende só dela fica nas mãos de poucos clientes e parceiros.

FAÇA ESTA SEMANA

1. Crie ou revise o Perfil da Empresa no Google (o antigo Google Meu Negócio): categoria de arquiteto, fotos de pelo menos 10 projetos, horário e o link do WhatsApp.
2. Mantenha um site com portfólio: de 6 a 10 projetos, cada um com fotos, o lugar e uma frase sobre o que o cliente queria. Confira se o link da bio abre.
3. Abra uma porta além da indicação e cuide dela por um mês: o Google, o Instagram com a bio clara ou uma parceria com quem atende o mesmo cliente, como construtora, marcenaria, loja de acabamentos ou corretor.
4. Em todo pedido novo, pergunte como a pessoa chegou até vocês, e anote.

PRONTO PARA COPIAR · PARA UM PARCEIRO

“Oi, [nome]! Aqui é [seu nome], do [escritório]. Muitos clientes nossos chegam à obra precisando de [marcenaria]. Faz sentido conversarmos sobre indicar um ao outro? Te mando o nosso portfólio: [link].”

PARA ACOMPANHAR

De onde veio cada pedido do mês: indicação, Google, Instagram, site ou parceiro. Se mais da metade vem de um caminho só, é ali que está o seu risco.

Parceria pesa: 64% dos arquitetos e designers dos EUA dizem que a indicação de outros profissionais é parte importante da receita (Houzz, 2022).

A mensagem das 22h, *respondida amanhã à tarde.*

21×

mais chance de qualificar o cliente quando a resposta sai em 5 minutos, e não em 30. Na média, as empresas levaram 42 horas para responder.

Fontes: MIT e InsideSales, EUA, 2007; Harvard Business Review, EUA, 2011 (2.241 empresas)

NO ESTUDO DOS 10 MELHORES DO BRASIL

Só um dos 10 leva quem está no site para o WhatsApp: o Padovani, pelo número na página Fale conosco. Em 3 dos 10, o site não tem página de contato.

POR QUE IMPORTA

E 80% dos brasileiros no WhatsApp costumam falar com empresas por ali. Quem chama quer saber que foi recebido e o que acontece agora.

Fonte: Panorama Mobile Time/Opinion Box, 2023

FAÇA ESTA SEMANA

1. Um canal só: o mesmo WhatsApp no site, no botão de contato do Instagram e no Perfil do Google.
2. Em cada lugar, um link com mensagem pronta diferente. No site, um botão em cada projeto, com o nome dele: “Vi a Casa Jardim no site”. Assim vocês sabem de onde a pessoa veio e o que a atraiu.
3. Ligue a mensagem de saudação do WhatsApp Business, em Ferramentas comerciais. Ela agradece, mostra curiosidade pelo projeto e diz quem responde e quando. Sem lista de perguntas.
4. Combinem quem responde em cada horário. A primeira resposta de uma pessoa pode ser uma linha, com hora marcada para conversar.

PRONTO PARA COPIAR · MENSAGEM DE SAUDAÇÃO

“Obrigado pelo contato! Aqui é o [escritório]. Estamos curiosos: onde vai ser o seu projeto, e qual o tamanho? Se já salvou referências, pode mandar por aqui. Logo a [nome], arquiteta da equipe, continua a conversa com você.”

PRONTO PARA COPIAR · FORA DO HORÁRIO

“Obrigado pelo contato! Estamos curiosos: onde vai ser o seu projeto? Se já salvou referências, pode mandar. Nosso horário é [de segunda a sexta, das 9h às 18h], e a [nome], arquiteta da equipe, te responde [amanhã, às 9h].”

PARA ACOMPANHAR

Quantos pedidos da semana tiveram resposta de uma pessoa na primeira hora.

Manda o orçamento *e espera uma semana.*

93%

dos clientes que fecharam foram alcançados até a sexta tentativa de contato. Metade dos contatos recebeu uma tentativa só.

Fonte: Velocify, EUA, 3,5 milhões de contatos por telefone (via National Law Review, 2016)

POR QUE A PROPOSTA ESFRIA

O cliente compara escritórios que ele mal conhece. Antes de contratar, o que ele vê é o atendimento: se foi ouvido, se a proposta fala do projeto dele, se alguém volta a procurar.

Na escolha, 51% de quem reformou valorizou comunicação e organização. Fonte: Houzz, Reino Unido, 2023.

QUEM NÃO RESPONDEU

Ainda não disse não. Procurar de novo, com algo útil, é cuidado, e não insistência.

FAÇA ESTA SEMANA

1. Antes de mandar, marque o retorno com o cliente: “Posso te ligar na quinta para tirar dúvidas?”
2. Abra a proposta com o que ele contou: o que quer, o prazo e o que é mais importante. Depois, as etapas e o investimento.
3. Se der, apresente numa conversa curta, por vídeo ou pessoalmente, em vez de só mandar o arquivo.
4. Anote cada orçamento numa lista, com o dia do retorno e quem cuida.

PRONTO PARA COPIAR · RETORNO

“Oi, [nome]! Passando para saber se ficou alguma dúvida na proposta. Se ajudar, te mostro um projeto parecido que fizemos. Qual o melhor horário para conversarmos?”

PRONTO PARA COPIAR · A ÚLTIMA

“Oi, [nome]! Imagino que a rotina esteja corrida. Vou deixar a proposta separada até [data]. Se o projeto mudou de momento, me conta que eu te procuro mais para a frente.”

PARA ACOMPANHAR

Quantos orçamentos estão sem retorno marcado. E, de cada 10 enviados, quantos viraram contrato.

A reunião foi marcada. *Só lá vocês viram que o projeto não cabia.*

67%

de quem reformou quis saber, antes de contratar, se o preço cabia no orçamento. Entender o projeto cedo também responde ao que o cliente quer saber.

Fonte: Houzz, Reino Unido, 2023

NO ESTUDO DOS 10 MELHORES DO BRASIL

Nenhum dos 10 pergunta no site qual é o projeto. Três separam o pedido de projeto do resto: Jacobsen e Padovani, com um e-mail só para novos projetos, e Arthur Casas, com o motivo do contato no formulário.

ENTENDER NÃO É INTERROGAR

Uma lista de perguntas na primeira mensagem soa apressada e invasiva. E um convite aberto demais não dá direção. Uma ou duas perguntas leves, com curiosidade, fazem o cliente contar mais, no tempo dele.

FAÇA ESTA SEMANA

1. Comece com curiosidade, em uma ou duas perguntas leves: onde vai ser o projeto e que referências a pessoa já salvou. Muita gente já conta o tipo e o tamanho junto.
2. Na conversa, aos poucos, entenda cinco coisas: o tipo e o lugar, o tamanho, o prazo, o que é mais importante e quem mais participa da decisão.
3. O investimento vem por último, com cuidado, como ajuda.
4. Reunião com os sócios depois disso. As respostas vão para a proposta: o cliente vê o projeto dele, no prazo que pediu.

PRONTO PARA COPIAR · INVESTIMENTO

“Para te mostrar o caminho que cabe no seu momento, você já tem uma faixa de investimento em mente para o projeto?”

PRONTO PARA COPIAR · FORA DO PERFIL

“[Nome], obrigado por pensar na gente. Pelo que você contou, hoje não somos o escritório certo para esse projeto: o nosso foco é [tipo de projeto]. Se ajudar, te indico quem faz.”

PARA ACOMPANHAR

Quantas reuniões da semana foram com quem já tinha contado o projeto.

O cliente só sabe *da obra se ligar.*

23%

dos que contrataram tiveram dificuldade de receber notícia certa e na hora certa durante a obra. No planejamento, foram 27%.

Fonte: Houzz & Home, EUA, 2022 (6.087 donos de imóvel, reformas de cozinha e banheiro)

NO ESTUDO DOS 10 MELHORES DO BRASIL

Só 4 dos 10 mostram a obra andando: Bernardes, Arthur Casas e Padovani nos destaques do Instagram, e Jacobsen no site.

POR QUE IMPORTA

Quem recebe notícia sem precisar pedir chega satisfeito à entrega. E a entrega é a hora da indicação.

FAÇA ESTA SEMANA

1. No começo de cada projeto, combine de quanto em quanto tempo o cliente vai ter notícia: a cada etapa ou a cada 15 dias, o que vocês conseguirem manter.
2. Na data, mande três coisas: o que foi feito, o que vem agora e uma foto.
3. Se algo atrasar, avise antes de o cliente descobrir.
4. Com a autorização do cliente, crie no Instagram um destaque “Obra”, da ideia à entrega.

PRONTO PARA COPIAR

“Oi, [nome]! Notícia da obra: terminamos [etapa]. Agora começa [etapa]. Segue a foto. Qualquer dúvida, é só chamar.”

PARA ACOMPANHAR

Quantas vezes o cliente perguntou da obra antes de receber notícia.

Entrega a obra, *recebe o elogio e não pede nada.*

69%

dos clientes se dizem dispostos a indicar. Bem menos indicam de fato. E 39% de quem contratou arquiteto no Brasil escolheu por indicação de amigos ou parentes.

Fontes: Hinge Research Institute, EUA, 2015; CAU/BR e Datafolha, 2022

NO ESTUDO DOS 10 MELHORES DO BRASIL

Nenhum dos 10 passa de 60 avaliações no Google. Avaliação também é indicação: é a de quem a pessoa ainda não conhece.

POR QUE IMPORTA

Cliente satisfeito não vira indicação sozinho. Precisa de um momento certo e de um pedido.

FAÇA ESTA SEMANA

1. Na entrega, quando o cliente elogiar, peça ali mesmo a indicação e a avaliação no Google. Tenha o link pronto.
2. Depois, mande uma mensagem que ele possa encaminhar, com o contato do escritório.
3. Marque três datas: 30 dias, 6 meses e 1 ano depois da entrega. Em cada uma, uma mensagem de quem acompanhou o projeto.
4. Agradeça toda indicação, mesmo a que não vira projeto.

PRONTO PARA COPIAR · NA ENTREGA

“[Nome], foi muito bom fazer esse projeto com vocês. Se puder, deixe a sua avaliação no Google: ajuda quem está procurando arquiteto. [link] E, se lembrar de alguém pensando em construir ou reformar, pode passar o nosso contato: [link do WhatsApp].”

PRONTO PARA COPIAR · UM ANO DEPOIS

“Hoje faz um ano que a casa ficou pronta. Como está a vida nela?”

PARA ACOMPANHAR

Quantos clientes entregues receberam o pedido. E quantas avaliações novas o perfil ganhou no mês.

PLANO DE 30 DIAS

Uma etapa *por semana.*

Comece pela etapa com menos pontos no teste. Escreva aqui o que vai fazer e quem cuida: tarefa sem dono se perde.

SEMANA 1

Etapa _____

O que fazer _____

Quem cuida _____

SEMANA 2

Etapa _____

O que fazer _____

Quem cuida _____

SEMANA 3

Etapa _____

O que fazer _____

Quem cuida _____

SEMANA 4

Etapa _____

O que fazer _____

Quem cuida _____

No dia 30, refaça o teste e compare as notas.

Achou onde vaza? *Veja como resolvemos.*

Com o CroquiFlow™, a Convium monta esse caminho no seu escritório, no tom de vocês, começando pela etapa que mais vaza. No sistema, a sócia ou o sócio vê onde está cada pedido, cada proposta e cada obra.

C **Ser encontrado**
Cada pedido chega com a origem marcada, e vocês veem que porta traz os melhores projetos.

R **Responder na hora**
A qualquer hora, o assistente digital responde no tom do escritório e passa a conversa para uma pessoa.

O **Orçamento que não esfria**
Todo orçamento sai com data de retorno e lembrete para quem enviou.

Q **Entender o projeto**
O que o cliente contou chega a quem atende, e a proposta começa por ali.

U **Notícia da obra**
A notícia de cada etapa, com a foto, sai pronta para a equipe enviar.

I **Indicação na hora certa**
Na entrega, o pedido de indicação e de avaliação sai com o link pronto.

Nada entra em uso sem teste e sem a aprovação de vocês. Uma pessoa do escritório assume quando vocês definirem, ou quando o cliente pedir.

PRÓXIMO PASSO

Quer ver isso com os números do *seu escritório?*

O levantamento gratuito mostra em 5 minutos onde o seu escritório perde projeto, com uma estimativa do que está escapando por ano.

O resultado aparece na hora, sem cadastro.

convium.com.br/levantamento

TOQUE PARA ABRIR

André Bastos, fundador da Convium

Ajudo escritórios de arquitetura a fechar mais projetos, do primeiro contato à indicação.

FONTES

De onde vêm *os números.*

Só os do CAU/BR falam de arquitetura no Brasil; os outros são de outros países e de serviços em geral. Servem de direção. O número que vale é o do seu escritório.

ESTUDO DOS 10 MELHORES DO BRASIL
Convium, outubro de 2026: Instagram, site e Perfil da Empresa no Google dos 10 primeiros do ranking “30 Best Architecture and Design Firms in Brazil”, da Architizer (2026), vistos como um cliente vê
Abrir o ranking em architizer.com

PÁGINAS 2 E 17
CAU/BR e Datafolha: 1.500 arquitetos e 500 escritórios, 2019; 2.495 entrevistas, 2022
Abrir em caubr.gov.br

PÁGINAS 7 E 17
Hinge Research Institute, Referral Marketing for Professional Services Firms, EUA, 2015
Abrir em hingemarketing.com

PÁGINA 8
Houzz, pesquisa com profissionais de arquitetura e design, EUA, 2022
Abrir em pro.houzz.com

PÁGINA 9
Harvard Business Review, “The Short Life of Online Sales Leads”, 2011; Panorama Mobile Time/Opinion Box, “Mensageria no Brasil”, 2023
Abrir em hbr.org

PÁGINA 11
Velocify, 3,5 milhões de contatos de empresas dos EUA, tentativas por telefone; ano do estudo não confirmado. Via National Law Review, 2016
Abrir em natlawreview.com

PÁGINAS 11 E 13
Houzz & Home, Reino Unido, 2023
Abrir em pro.houzz.co.uk

PÁGINA 15
Houzz & Home, EUA, 2022: 6.087 donos de imóvel, sobre reformas de cozinha e banheiro
Abrir em pro.houzz.com