

# Do boca a boca ao *comercial previsível*

Como engenheiros e construtoras constroem um fluxo constante de clientes, sem depender da sorte, sem virar vendedor insistente e sem abrir mão de ser técnico.

# Você já provou que sabe construir. Este guia existe para o seu comercial ficar *à altura do seu talento técnico*.

Negócio sólido não vive de sorte. Vive de processo: você constrói, mede e melhora quando quiser. Nas próximas páginas, o caminho completo.

## O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR

|    |                                                   |                |
|----|---------------------------------------------------|----------------|
| 00 | Indicação é ótima. O problema é depender só dela. | O diagnóstico  |
| 01 | A visão macro do processo comercial               | O funil        |
| 02 | Definindo o modelo de negócio                     | A fundação     |
| 03 | Captação pela power base                          | Retorno rápido |
| 04 | Captação por parcerias estratégicas               | Crescimento    |
| 05 | Venda Consultiva Ozare (VCO)                      | Conversão      |
| 06 | Checklist de ações                                | Mão na massa   |
| 07 | Próximo passo                                     | O convite      |



## CAPÍTULO 00

# Indicação é ótima. O problema é depender só dela.

Se hoje a maior parte dos seus clientes chega por indicação, **parabéns**. Isso prova que o seu trabalho é bom. Cliente satisfeito falando de você é o melhor marketing que existe. Nenhuma estratégia deste guia substitui isso.

Só que existe uma diferença enorme entre **receber indicações** e **viver exclusivamente delas**. Quando a indicação é a sua única porta de entrada, você perde o controle de três coisas ao mesmo tempo:

### VOCÊ PERDE

#### Previsibilidade

Se ninguém indicar neste mês, o mês fecha no vermelho. E não é você quem decide quando alguém vai lembrar do seu nome.

### VOCÊ PERDE

#### Estabilidade

O faturamento vira gangorra: um mês cheio, dois vazios. Impossível planejar contratação, investimento ou a própria vida.

### VOCÊ PERDE

#### Alcance

Você fica preso ao mesmo círculo de contatos, sem chegar a mercados novos que pagariam pelo seu nível de entrega.

**O problema nunca foi a indicação. O problema é ela ser a única engrenagem girando.**

Neste guia você vai enxergar o comercial como ele realmente funciona: **um sistema com etapas claras**, que atrai, qualifica e converte de forma que dá para prever. Sem virar aquele vendedor insistente. Sem abrir mão de ser técnico. Só somando ao seu talento a habilidade que separa o bom profissional do empresário de verdade: **saber comunicar e vender o próprio valor**.

# A visão macro do processo comercial

Antes de tática, você precisa da fotografia inteira. A maioria dos escritórios não tem "problema de venda": tem ausência de processo. Improvisa a cada oportunidade, e por isso colhe um resultado que ninguém consegue prever.

Um comercial estruturado se apoia em **quatro etapas que funcionam como um funil**. O cliente entra em cima e desce, um passo de cada vez, até fechar e continuar comprando.

ENTRA AQUI

## 1 · Captação

Por onde os clientes chegam: power base, parcerias, prospecção, marketing e indicação.



FILTRA

## 2 · Qualificação

Separa o curioso do cliente real e protege o seu tempo.



CONVERTE

## 3 · Conversão

Reunião, proposta e negociação: onde a Venda Consultiva Ozare muda o jogo.



FIDELIZA

## 4 · Retenção

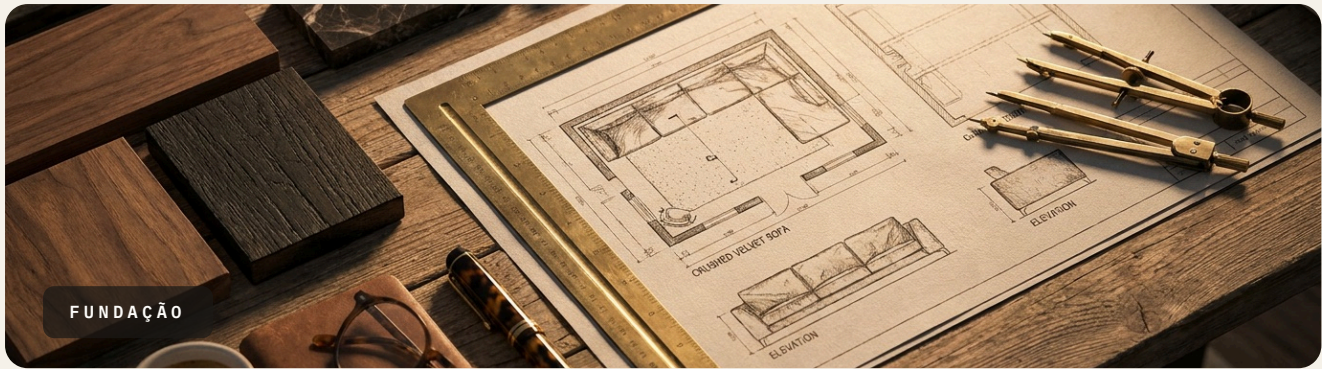
Cliente bem atendido volta e indica: é aqui que a indicação deixa de ser sorte.

↺ A RETENÇÃO REALIMENTA A CAPTAÇÃO

### A IDEIA CENTRAL

O objetivo do sistema é **previsibilidade**: saber, com base em números, quantas oportunidades geram quantas reuniões, e quantas reuniões geram quantos contratos. No dia em que você enxerga o funil, para de trabalhar no escuro.





## CAPÍTULO 02

# Definindo o modelo de negócio

Não dá para captar bem quem você nem sabe atender. Antes de sair prospectando, três definições precisam estar resolvidas, e as três convergem para uma única condição: estar pronto para ir a campo.

### 1 • PÚBLICO

#### ICP nítido

Seu cliente ideal em três camadas: a **demográfica** (pessoa física ou empresa, porte, região, faixa de investimento), a **comportamental** (como decide, onde busca informação, quem influencia a compra) e, por baixo de tudo, as **dores e desejos**. Nítido, não genérico.

### 2 • PRODUTO

#### Serviço produtizado

Projeto e obra costumam ser vendidos como algo abstrato, e o abstrato vira refém do preço. Produtizar é transformar o serviço em **pacotes claros**: Essencial, Recomendado e Completo. Assim o serviço deixa de ser abstrato.

### 3 • MERCADO

#### Nicho + concorrência

Defina onde quer ser referência, olhe a concorrência e deixe explícito onde ela falha e **qual é o seu diferencial**.

AS TRÊS CONVERGEM PARA

#### Pronto para captar

Com *para quem*, *o quê* e *por quê* definidos, cada mensagem de captação fica certa.

### A IDEIA CENTRAL

Captar sem definir público, produto e mercado é esforço jogado fora. Primeiro você decide **para quem**, **o quê** e **por quê**. Só depois vai a campo.

## CAPÍTULO 03

## Captação pela power base

Sua primeira fonte de clientes já existe, e é de graça. Chama-se power base: a sua rede de contatos atual. Amigos, familiares, colegas de faculdade, ex-colegas de trabalho, vizinhos. Todos já te conhecem e confiam em você, então a barreira de entrada é baixíssima.

1

**Mapear**

Liste todo mundo numa planilha, sem julgar. Aqui, quantidade é qualidade.



2

**Abordar: avisar, não vender**

Mensagem leve contando a novidade e pedindo indicação. Nada de panfleto ou desespero.



3

**Pedir indicação com pontaria**

"Conhece alguém pensando em construir ou reformar nos próximos meses?" (em vez de uma pergunta vaga).



4

**Reativar contatos antigos**

O ouro esquecido: quem já te conheceu. Custo zero, alto potencial de retorno.

## MODELO • WHATSAPP

"Oi [Nome], tudo bem? Faz tempo que a gente não se fala! Queria te contar uma novidade: abri meu próprio escritório de [sua área] e estou atendendo [tipo de serviço]. Se você souber de alguém pensando em construir ou reformar, me avisa? E se rolar, adoraria te mostrar alguns projetos que já fiz. Abraço!"

## AÇÃO DE HOJE

Liste **10 contatos** e mande as mensagens ainda esta tarde.

## Captação por parcerias estratégicas

Para crescer, você não precisa fazer tudo sozinho, e nem deveria. Parceria estratégica é a aliança com profissionais que completam o que você faz e passam a te gerar oportunidade recorrente.

Uma construtora que se alia a engenheiros complementares passa a oferecer **solução completa**. Um engenheiro que se conecta a construtoras vira o **parceiro natural** para as obras em andamento. Todo mundo ganha: mais serviços, ticket maior e menos cliente perdido por falta do que oferecer.

1

### Encontrar

Grupos de WhatsApp e Telegram, eventos, LinkedIn e Instagram, sempre na postura de quem contribui, não de quem só divulga.

2

### Avaliar pelos 4 critérios

Prazo · qualidade técnica · comunicação · interesse em crescer junto (nota 1 a 5).

3

### Escolher o modelo

Tapa-buraco (pontual) · complementar (amplia portfólio) · recorrente (volume constante).

ANTES DE CASAR, TESTE  
Projeto pequeno deu certo?

Sim

**Formalize.** Contrato simples com escopo, remuneração, prazos e responsabilidades. Evita a maioria dos conflitos.

Não

**Descarte sem custo.** Era só um teste. Volte a avaliar outro parceiro da lista.



CONVERSÃO

## CAPÍTULO 05

# Venda Consultiva Ozare (VCO)

Você captou a oportunidade. Agora precisa convertê-la. E aqui está o pulo do gato: vender projeto e obra não tem nada a ver com vender produto de prateleira. É venda complexa, de ciclo longo, decisão racional, valor alto e vários decisores na jogada. O cliente raramente decide por impulso. Decide quando sente confiança.

**+300**

REUNIÕES REAIS QUE  
LAPIDARAM O MÉTODO

**+40%**

DE CONVERSÃO NAS REUNIÕES  
CONDUZIDAS COM A VCO

**1**

LÓGICA: DIAGNOSTICAR  
ANTES DE PRESCREVER

A lógica é uma só: você deixa de ser o prestador que empurra serviço e vira **o parceiro que resolve um problema**. Pergunta mais do que fala. Diagnostica antes de prescrever.

**1**

### Pré-reunião

Pesquise o lead (LinkedIn, site, Google), monte o caso e defina o objetivo. Quem improvisa, perde.

**2**

### Rapport

Elogio sincero, ponto em comum, interesse real. Confiança é o alicerce.

**3**

### Diagnóstico com o SPIN

O coração da reunião. Quatro camadas de pergunta:

#### S • SITUAÇÃO

Entende o contexto  
atual

#### P • PROBLEMA

Descobre as dores

#### I • IMPLICAÇÃO

Amplia o peso do  
problema

#### N • NECESSIDADE

Cliente verbaliza o valor  
de resolver



## Da solução ao contrato assinado

4

### Apresentar a solução: o quê e o porquê

Benefício, nunca característica técnica. Guarde o "como" para a proposta.



5

### Contraste "céu ou inferno"

O caminho sem você (incerteza, retrabalho, prejuízo) contra o caminho com você (previsibilidade e tranquilidade).



6

### Peça a venda e cale-se

O maior erro é não pedir. Peça com clareza e deixe o silêncio trabalhar.

DECISÃO

### Apareceu objeção?

Sim

**Quebre a objeção.** Ouça, isole ("além disso, tem mais algo?"), confirme, responda com prova concreta e **volte a pedir a venda.**

Não

**Avance.** Sinal de compra na mesa. Siga para o próximo passo combinado.

7

### Microcompromisso

Nunca encerre sem um próximo passo: uma ação sua, uma ação do cliente e uma data.



8

### Follow-up ativo

A maioria das vendas de alto valor fecha depois da reunião. Acompanhar não é ser chato, é ser estratégico.

RESULTADO

### Fechou?

Sim

**Contrato assinado.** Entregue bem e transforme o cliente em fonte de indicação: ele volta ao topo do funil.

Ainda não

**Mantém no follow-up** com cadência e conteúdo relevante, até um sim ou um não claro.

#### REGRA DE OURO DA VCO

Na venda consultiva você não convence, **conduz**. Pergunta certa vale mais que argumento pronto. Entenda para atender.

# Checklist de ações

Conhecimento sem ação não muda nada. Use este roteiro para tirar do papel ainda esta semana.

## FUNDAÇÃO • ANTES DE CAPTAR

---

- ☐ Escrevi meu ICP, com público-alvo, dores e desejos.
- ☐ Produtizei meu serviço em pacotes claros (Essencial, Recomendado e Completo).
- ☐ Defini meu nicho e mapeei 3 concorrentes e meus diferenciais.

## POWER BASE • RETORNO RÁPIDO

---

- ☐ Listei todos os meus contatos, sem julgar ninguém.
- ☐ Mandei mensagem para pelo menos 10 contatos hoje.
- ☐ Pedi indicações de forma específica.
- ☐ Reativei contatos antigos.

## PARCERIAS • CRESCIMENTO COM SUSTENTAÇÃO

---

- ☐ Listei profissionais que completam o meu serviço.
- ☐ Escolhi 3 potenciais parceiros e avaliei pelos 4 critérios.
- ☐ Puxei conversa com pelo menos 1, na postura de quem contribui.

## VENDA CONSULTIVA • CONVERSÃO

---

- ☐ Faço pré-reunião e pesquiso o lead antes de cada conversa.
- ☐ Conduzo pela estrutura: rapport, diagnóstico SPIN, dor, solução e o contraste dos dois futuros.
- ☐ Peço a venda em toda reunião.
- ☐ Fecho todo contato com um próximo passo (ação, ação e data).
- ☐ Faço follow-up ativo dos leads em aberto.

## GESTÃO • PREVISIBILIDADE

---

- ☐ Registro minhas oportunidades e acompanho o funil.
- ☐ Reviso toda semana o que funcionou e ajusto o rumo.



## CAPÍTULO 07

# Próximo passo

Você acabou de ver o mapa inteiro: a visão macro do processo, a definição do seu modelo de negócio, duas fontes de captação que não dependem de sorte e o método que converte em vendas complexas.

O conhecimento já é seu. O que separa quem continua refém da indicação de quem monta um comercial previsível é uma coisa só: **ação**. Não espere o site pronto, o portfólio completo ou o momento perfeito. Comece com o que você tem agora: os 10 contatos da sua power base.

## Quer isso desenhado para o seu escritório?

Agende uma conversa com um consultor especialista do Grupo Ozare e monte o seu **Plano de Crescimento individual** para engenharia e construção, com o acompanhamento de quem já percorreu esse caminho mais de 300 vezes.

Clique no link a seguir e agende sua consultoria gratuita:

[form.respondi.app/2my8U1PV](https://form.respondi.app/2my8U1PV)

*Sucesso não cai do céu de um dia para o outro. Se constrói. E você já tem em mãos tudo o que precisa para começar o seu.*

# Grupo Ozare



PILAR COMERCIAL • ENGENHARIA & CONSTRUÇÃO

Negócio sólido não vive de sorte. Vive de processo.