

# 7 dicas para alavancar seu escritório de arquitetura



---

**Olá,  
seja bem-vindo (a)!**

Se você baixou este conteúdo, provavelmente um dos motivos abaixo tem sido significativo na sua vida profissional. Este elenco é resultado da experiência com mais de 150 arquitetos, participantes de palestras, mentorias e imersões realizada em parceria com o CAU/BA.

---

# MO TI VOS

- Dificuldade em encontrar clientes e depender de indicações;
- Dificuldade em manter um faturamento constante;
- É recém-chegado ao mercado;
- Trabalha horas a fio para dar conta dos projetos e está sem tempo para você e sua família.



# Vamos começar?

Montar um escritório de arquitetura pode até ser fácil, mas transformá-lo em um negócio próspero vai lhe exigir um pouco mais. Não importa se é um escritório físico ou home office; você é o seu negócio e isto exige alguns desafios, como:

*ser empreendedor, ter um planejamento, saber se posicionar de forma diferenciada, atrair clientes entre tantos outros...*



Neste e-book, traremos pontos que poderão contribuir para seu escritório de arquitetura se destacar no mercado. Além disto, abordaremos técnicas que lhe façam você cobrar um valor justo por seus projetos.

Então, leia até o final (e coloque em prática) se você busca:

*Equilíbrio financeiro*

*Reconhecimento do mercado*

*Carteira ativa de clientes*

# #DICA1 desenvolva comportamentos empreendedores

Um escritório de arquitetura é, antes de mais nada, um negócio.

Para estar a frente de um empreendimento é necessário

*desenvolver comportamentos  
empreendedores capazes de  
fazer o seu negócio  
prosperar*



# #DICA1 desenvolva comportamentos empreendedores

Elaborar bons projetos não é suficiente para atrair novos clientes e contratos.

Você precisa desenvolver habilidades fundamentais para o sucesso do seu negócio, como...

*iniciativa, persuasão,  
negociação, comunicação,  
entusiasmo, planejamento...*



# #DICA1

## desenvolva comportamentos empreendedores

Mas não se assuste!  
Características  
empreendedoras podem ser  
aprendidas, desde que você  
dedique tempo e empenho  
incorporá-las .

*Que tal uma  
autoavaliação?*

ATRIBUA UMA NOTA DE 0 A 10  
PARA AS CARACTERÍSTICAS  
EMPREENDEDORAS :

- ( ) INICIATIVA/CAPACIDADE DE BUSCAR  
OPORTUNIDADES
- ( ) SABER FALAR EM PÚBLICO
- ( ) CAPACIDADE DE VENDAS
- ( ) COMPROMETIMENTO E PERSISTÊNCIA
- ( ) CAPACIDADE DE ESTABELECER E  
CUMPRIR METAS

agora que você já se  
conhece um pouco mais,  
é hora de buscar apoio para  
se desenvolver, afinal...



*Se você ainda não  
desistiu, é porque sabe  
que vale a pena.*

## #DICA2 tenha um bom plano

Não é comum as universidades de arquitetura e urbanismo ensinarem sobre planejamento de negócios ou empreendedorismo

Logo, os estudantes terminam a faculdade, se lançam no mercado, fecham um ou outro projeto e logo começam a esquentar a cabeça ao verem o faturamento oscilar mês a mês.



*Por que isso acontece?*

Pelo simples fato de não ter feito o planejamento do seu modelo de negócio.



# #DICA2

## tenha um bom plano

Não se assuste com a palavra **PLANEJAMENTO**. Não estamos falando sobre planos estratégicos mirabolantes e pouco executáveis.



## ESTAMOS FALANDO SOBRE PLANEJAR:

- ✓ seu posicionamento;
- ✓ seu nicho de mercado;
- ✓ sua abordagem de comunicação;
- ✓ seus diferenciais;
- ✓ sua forma de remuneração, entre outras coisas.

Não precisa complicar!

Ferramentas simples, que usam apenas o post it, são capazes de lhe ajudar a executar seu planejamento com facilidade. No final deste e-book tem um brinde que lhe ajudará a planejar melhor.

*Nunca abra mão de planejar a sua carreira e o seu negócio.*

## #DICA3 estabeleça um nicho de mercado

É comum que arquitetos tenham dificuldade em estabelecer uma área ou nicho de atuação e aceitem serviços de todos os segmentos.

No entanto, esta prática contribui para que você não seja reconhecido em nenhuma área específica.



Sem um nicho claro, fica muito mais difícil construir uma identidade, uma marca, **um posicionamento de valor.**

## #DICA3

### estabeleça um nicho de mercado

O medo em determinar um nicho geralmente está atrelado a ter que abrir mão de alguns serviços.

É compreensível mas escolhas são necessárias. Afinal, para curar nossas dores, procuramos por especialistas, quer sejam eles médicos ou arquitetos.



## AGORA, PARE E REFLITA:

- Em qual nicho de mercado eu gosto de atuar?
- Em quais eu já tenho algum reconhecimento?
- Qual nicho tem demandado mais serviços?

*Interiores, quarto de bebês, recém-casados, divorciados, solteiros, reforma, iluminação, acústica, esportes, escolas são apenas alguns exemplos de nichos em que você pode atuar. Dedique um tempo e descubra o seu.*

*"Para chegar onde a maioria não chega, é necessário fazer o que a maioria não faz."*

## #DICA4

### torne-se uma autoridade

Criar autoridade significa ser referência em um determinado nicho.

Pesquisas em neurociência afirmam que o consumidor quer comprar do primeiro ou do melhor.

Sem dúvida alguma, sua pergunta neste momento é:

*como posso me tornar autoridade?*

Um dos caminhos é escolher bem um nicho de mercado. Lembra que já falamos dele?



Quando temos o nicho muito bem definido, passamos a conhecer melhor o nosso cliente e, a partir desse momento, podemos gerar conteúdo relevante para ele.

## #DICA4

### torne-se uma autoridade

Um exemplo: *imagine que você escolheu o nicho de decoração de interiores voltado para clínicas e hospitais. Esse perfil de consumidor tem necessidades específicas e você começa a gerar conteúdos para resolver essas demandas, tornando-se uma referência neste mercado.*

Existem diversas outras formas de construir autoridade como participar de concursos, atender projetos sociais etc.

AGORA, DEFINA COMO IRÁ GERAR CONTEÚDO PARA SE TORNAR UMA AUTORIDADE NO NICHOS DE MERCADO ESCOLHIDO.

- Defina os tipos de mídias e conteúdos que pode começar a gerar agora mesmo

*Dicas em post, imagens 3D, imagens de projetos, lives, palestras...*

*"Não posso mudar o que fui mas posso construir o que serei"*

# #DICA5 comunique-se de forma eficiente

Acredite! Nos dias de hoje, muitos profissionais da arquitetura ainda utilizam muito pouco as redes sociais para gerar negócios ou construir relacionamento e autoridade.



Em tempos digitais, a presença online é de fundamental importância, principalmente para gerar engajamento com o nosso nicho de mercado.

Ter um perfil nas redes sociais e publicar um post por mês não significa que você esteja gerando valor para seu cliente.

Uma estratégia de marketing de conteúdo bem pensada certamente irá fazer com que você tenha mais visibilidade e interação com seu cliente.

## #DICA5

### comunique-se de forma eficiente

Se você já tem presença nas redes sociais, avalie o grau de interação com o seu público e, se ainda não tem, vai precisar buscar conhecimento para aprender como esse mundo digital funciona.

Eu vejo muitos arquitetos postarem para outros arquitetos, sim, para outros arquitetos verem.

Só que ele não paga suas contas. O seu conteúdo tem que ser gerado para um cliente alvo, aquele definido no nicho.

## PARA QUEM VOCÊ PUBLICA SEU CONTEÚDO?

Muitos arquitetos postam seus conteúdos para...outros arquitetos.

Isto é um grande equívoco!

O seu conteúdo tem que ser produzido para o seu cliente-alvo, aquele que você encontra depois de ter definido o nicho.

*Agora vai lá e posta conteúdo útil e de valor para o seu cliente.*

*Aproxime-se do cliente com a ideia de ajudá-lo a resolver um problema ou atingir um objetivo e não para vender seu serviço.*

# #DICA6

## aprenda a vender valor

*Mas o que significa vender valor?*

Quando um cliente lhe procura para fazer um projeto, será que o produto final que ele deseja é um projeto?

Na verdade, não!

O que ele deseja é o resultado do seu projeto.

Seu cliente quer impressionar os amigos, os vizinhos. Ele quer conforto e segurança, quer ser premiado, quer um indício de que chegou ao sucesso, um afago na vaidade...ele quer realizar um sonho!



# #DICA6

## aprenda a vender valor

Sem entender o que o seu cliente realmente deseja, você pode cometer o erro de entregar o que ele não quer, gerando descontentamento com o seu trabalho.



### AGORA, PENSE NO CLIENTE QUE ESTÁ ATENDENDO NESTE MOMENTO...

- Você sabe mesmo o que ele almeja no fundo do coração?
- O que você está produzindo para entregar é, de fato, o que seu cliente deseja?
- Descubra os Pontos de Valor do seu cliente e se conecte com eles. Assim a sua venda será praticamente certa.

*Liste agora os principais pontos de valor que o seu cliente deseja.*

## #DICA7 construa uma proposta irresistível

O seu desafio como arquiteto é fazer o seu cliente perceber que o seu serviço vale muito mais do que ele está disposto a pagar.

Uma forma de conseguir cobrar mais caro (ou um valor justo) pelos seus serviços é construindo uma proposta irresistível.

É comum que arquitetos usem um modelo padrão de proposta/contrato, sem especificidades, encontradas na internet ou de algum colega de profissão.



A sua proposta precisa ser completamente diferente do seu concorrente. Tem que possuir o seu método exclusivo de trabalho.

A ideia aqui é surpreender o cliente oferecendo a ele alguns benefícios que os outros arquitetos não pensaram em entregar.

# #DICA7

## construa uma proposta irresistível

### Case:

*Em mentoria recente, uma arquiteta amava fotografia, tinha equipamento profissional e já havia realizado vários cursos na área.*

*Desenvolvemos a proposta irresistível e, como bônus, ofertamos uma sessão profissional de fotografias do imóvel.*

*Esse foi o elemento chave para que o cliente fechasse o contrato, já que ele pretendia alugar o imóvel e precisaria de fotos profissionais.*



Claro que você poderá apresentar propostas muito mais interessantes, mas pense primeiro no valor que precisa gerar para seu cliente.

Existem diversas formas de encantar o cliente gerando valor na vida dele. Assim, ele praticamente não terá como comparar a sua proposta com a do concorrente, porque a sua certamente gera mais valor.

## #DICA7

### construa uma proposta irresistível

Para isso, você tem que conhecer em profundidade os desejos, valores e medos dos seus clientes.

Nas mentorias, o convite é para que o arquiteto crie um método exclusivo, não só de atendimento e encantamento, mas também na própria proposta.

Esse conjunto de atributos envolve: **bônus exclusivos, apresentação de benefícios, encantamento de clientes e tantas outras coisas...**

Isto permite que os arquitetos cobrem um valor muito mais justo por seus serviços (e até muito maior que a média de mercado)

Além disso, o cliente para de pedir tanto desconto e o índice de conversão de venda aumenta significativamente.

*Sua missão é se diferenciar através de uma proposta irresistível capaz de gerar muito mais valor para seu cliente.*

**#DICA7**  
construa uma  
proposta  
irresistível



**AGORA ESCREVE AQUI SUAS  
IDEIAS PARA GERAR VALOR  
PARA SEU CLIENTE.**



A large, empty rectangular area with a light orange background, intended for writing ideas to generate value for the client.



---

Fazer da sua profissão um negócio é sempre um desafio e vai exigir superpoderes. Você precisa estar disposto a arregaçar as mangas e buscar seu lugar ao sol. Todos nós temos este direito. Talvez só esteja lhe faltando algum recurso pra que chegue lá.

# Refleta

---

*De quem é a  
responsabilidade  
por construir uma  
carreira de  
sucesso?*

*Quais habilidades  
estão lhe faltando  
e que você precisa  
buscar?*

# Agora, feche os olhos e responda:

---



→ dream →

Como você vai se sentir ao atingir o resultado que deseja? A carreira que sempre sonhou?

Quem mais irá sentir orgulho de você? Seus filhos, pais, cônjuge?

Você realmente quer fazer o que ama e ter sucesso?

# Sabe qual é o seu maior custo neste momento?

## O custo de oportunidade.



*Permanecer do jeito que está e com os resultados que está tendo*

**OU**

*Buscar apoio para transformar a sua profissão em um negócio de sucesso e ter e ser o que realmente deseja.*

---

Gostou das dicas?  
Ficou curioso e interessado em implementar as ações agora mesmo?

**Ótimo!**

Agora só depende de você mas, se precisar de ajuda, conte conosco..



# BÔNUS

Lembra que dissemos que havia um bônus para lhe ajudar a planejar melhor seus próximos passos?

Então! Chegou a hora!

[Clique aqui](#), baixe a ferramenta e assista ao vídeo em que Litelton ensina como usar adequadamente. Bom, hein?

The image shows a screenshot of a business model canvas tool titled 'CANVAS MEU NEGÓCIO'. At the top, there are input fields for 'NOME', 'DATA', 'PRELATO', and 'EMAIL', along with a 'VALIDAR' button. Below this is a grid of 8 numbered boxes for business model components: 1. PROPOSITO, 2. OBJETIVOS E METAS, 3. SEGMENTOS DE CLIENTE, 4. PROBLEMA, 5. COMUNICAÇÃO, 6. SOLUÇÃO, 7. PROPOSTA DE VALOR, and 8. POSICIONAMENTO DE VALOR. At the bottom of the grid are two larger boxes: 9. PROPÓSITO and 10. PLANO DE AÇÃO. The Litelton logo and website information are visible at the bottom of the tool interface.





Este e-book é  
um produto  
CAU/BA  
desenvolvido em  
parceria com  
Litelton Pires.



edição julho/2019



**Litelton**  
DESENVOLVENDO HERÓIS

**Especialista em criar e alavancar negócios**, já inspirou e capacitou mais de 8 mil profissionais e empreendedores em todo país por meio de métodos e treinamentos desenvolvidos por ele. Apenas arquitetos, foram mais de 150 nos últimos 6 meses. Se tiver interesse mais conteúdos, acesse **@litelton.pires**