LEAD Awaker

EDIÇÃO 2026

O *Relatório*

Os quatro furos por onde o faturamento de uma empresa de serviços escorre. E como tapar cada um.



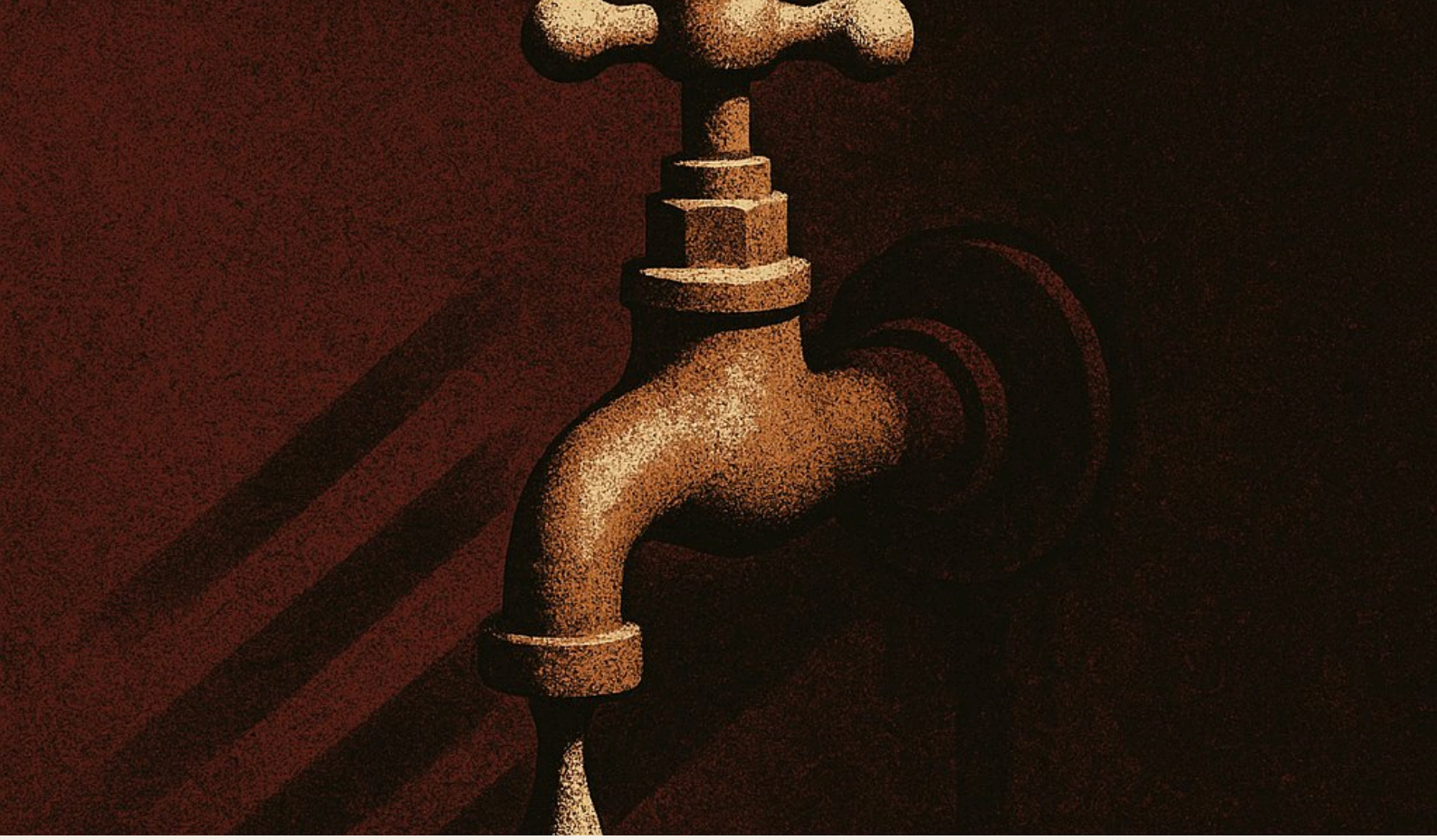
Um relatório prático da Lead Awaker

Com pesquisas da Harvard Business Review, BrightLocal, Invoca e Nielsen

SUMÁRIO

Leia só os títulos. Você já entende o recado.

	Você não tem um problema de leads Introdução	03
	O mapa dos vazamentos Quatro vazamentos, quatro soluções	05
01	A ligação perdida Quem resolve: o Recepcionista	06
02	O orçamento que esfriou Quem resolve: o Vendedor	09
03	A avaliação que nunca veio Quem resolve: o Gestor de Reputação	13
04	O cliente que você nunca mais procurou Quem resolve: o Gestor de Relacionamento	16
	Cinco momentos que não podem ficar no vácuo Por que uma conversa vence uma sequência de e-mails	19
	Quanto isso está custando? Um exemplo calculado, e os seus números	20
	Tape um vazamento primeiro Por onde começar	21
	Cinco apps, ou um funcionário Como tudo se encaixa	22
	Um vazamento. Este mês. Seu próximo passo	23



INTRODUÇÃO

Você não tem um problema de leads. *Você tem um vazamento.*

Quase todo conselho de crescimento fala em conseguir mais leads. Mas olhe para os que você já recebe. A ligação cai na caixa postal. O orçamento fica sem retorno. O cliente satisfeito nunca é convidado a avaliar. O cliente antigo vai parar em quem anunciou por último.

> *Comprar mais leads sem tapar os vazamentos é encher balde furado. E pagar caro por isso.*

UMA TERÇA-FEIRA QUALQUER

Quatro vazamentos antes do jantar.



08:47

Um cliente liga. Você está no meio de um serviço. Caixa postal. Ele liga para o próximo do Google.



11:30

Sai um orçamento. Você pretende ligar depois para saber. Quando vê, o mês já virou.



15:10

O cliente adora o serviço pronto. Ninguém pede uma avaliação.



19:20

O cliente do ano passado precisa de você de novo. Não lembra o seu nome, então clica num anúncio.

Um dia ilustrativo, com detalhes inventados. Mas esses quatro momentos acontecem em quase toda empresa de serviços.

O MAPA

Quatro vazamentos. A maioria das empresas tem os quatro.

Eles não acontecem em ordem, e você não precisa resolver em ordem. Cada um tem a sua solução.

01

CONTATO

A ligação perdida

Ligações e mensagens respondidas tarde, ou nunca.

A gente pensa: se for importante, liga de novo.

QUEM RESOLVE: O RECEPCIONISTA

02

ORÇAMENTO

O orçamento que esfriou

Orçamentos e contatos antigos que ninguém acompanhou.

A gente pensa: sumiu, então não tem interesse.

QUEM RESOLVE: O VENDEDOR

03

SERVIÇO FEITO

A avaliação que nunca veio

Clientes satisfeitos que ninguém convidou a avaliar.

A gente pensa: cliente feliz avalia sozinho.

QUEM RESOLVE: O GESTOR DE REPUTAÇÃO

04

MESES DEPOIS

O cliente que você nunca mais procurou

Serviços repetidos e indicações de clientes antigos.

A gente pensa: ele sabe onde nos encontrar.

QUEM RESOLVE: O GESTOR DE RELACIONAMENTO

> **IA não salva serviço ruim.** Se os clientes não gostam do seu trabalho, tapar vazamentos só traz mais clientes insatisfeitos, mais rápido. Se o trabalho é bom, garante que ele seja pago.

01

VAZAMENTO 01 · CONTATO

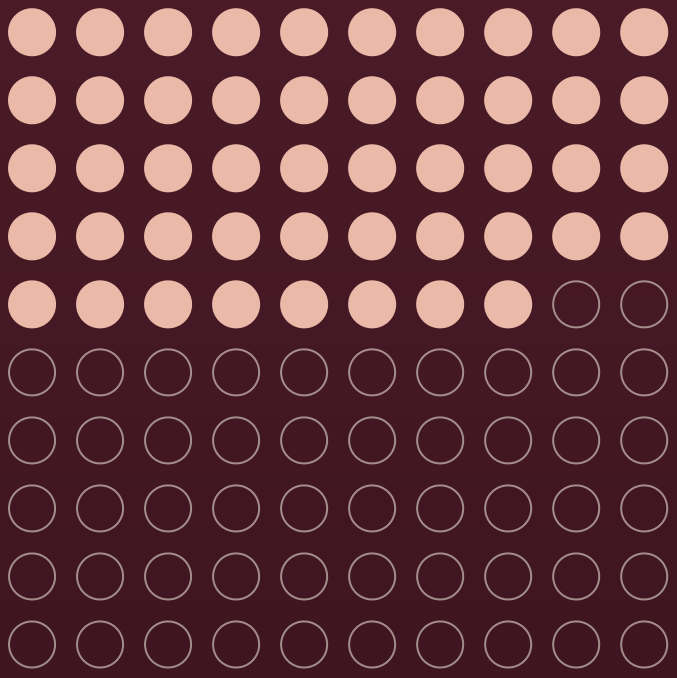
A ligação perdida

QUEM RESOLVE O Recepcionista



O VAZAMENTO

Metade de quem liga nunca fala com uma pessoa.



48

de cada 100 ligações para empresas de serviços residenciais nunca são atendidas por uma pessoa.[1]

<3 em 100

de quem cai na caixa postal deixa recado. O resto liga para o concorrente.[2]

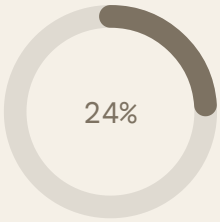
7×

mais chance de qualificar um lead quando você responde dentro de uma hora, em vez de uma hora depois.[3]

A SOLUÇÃO

O Recepcionista atende. Sempre.

O nosso se chama Alex. Ele atende no nosso site, dia e noite. O seu pode ter o nome que você quiser.



40 horas

O seu escritório. Segunda a sexta, em horário comercial.



168 horas

O seu Recepcionista. Todas as horas da semana.

1

Ele atende

As ligações que você não consegue atender, mais as mensagens do WhatsApp e do site, vão direto para ele.

2

Ele fala como a sua empresa

Seu nome, seus preços, suas perguntas frequentes. No idioma de quem liga, em segundos.

3

Ele qualifica

Qual é o serviço, onde, qual a urgência, qual o orçamento.

4

Ele agenda ou passa para você

Direto na sua agenda, ou direto para você. Você recebe um resumo no WhatsApp.

> **Quem liga sempre consegue falar com uma pessoa.** Ele pergunta quem é e o motivo, e liga para você. Você ouve o resumo e aperta 1 para atender.

02

VAZAMENTO 02 · ORÇAMENTO

O orçamento que esfriou

QUEM RESOLVE O Vendedor



A maioria dos contatos recebe uma tentativa. Depois, silêncio.



1 tentativa. Metade das empresas não faz mais do que isso para falar com um lead novo.[4]

Essas pessoas já conhecem o seu nome e queriam o que você vende. São os leads mais baratos que você vai ter. Você já pagou por eles uma vez.

23%

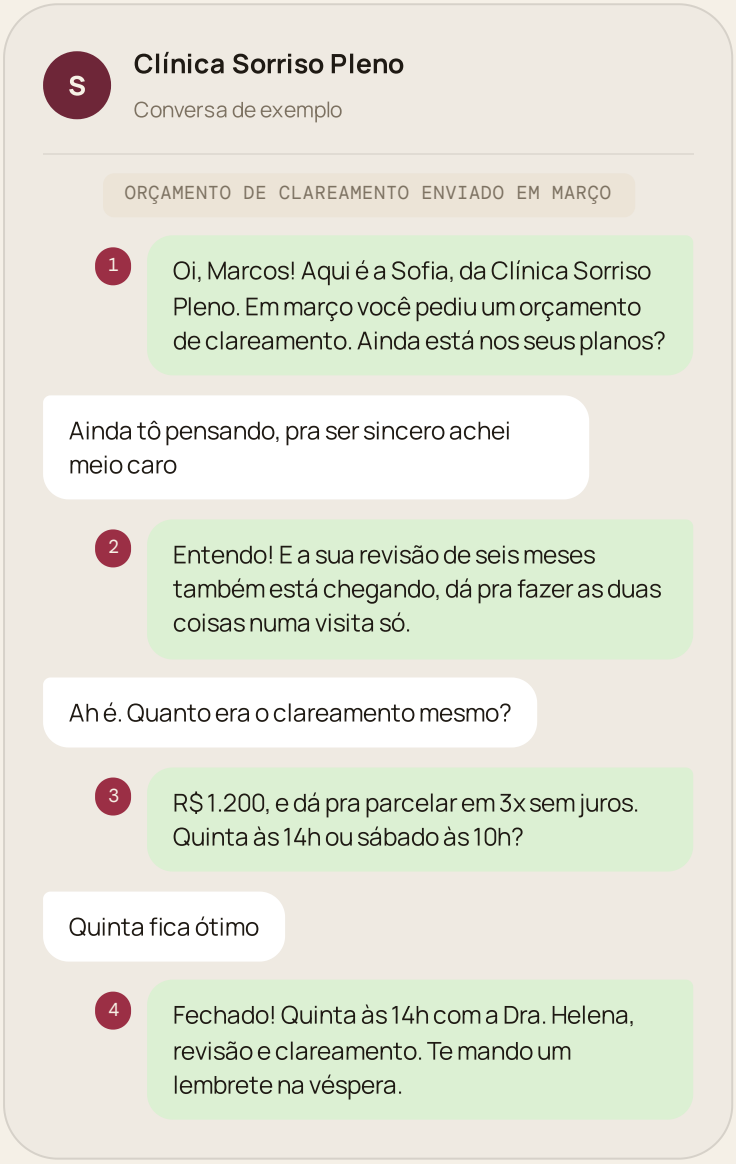
das empresas nunca responderam a um contato.[3]

55%

das empresas de serviços residenciais nunca convidam o lead para agendar.[1]

NA PRÁTICA

Reaquecendo um orçamento frio, em sete mensagens.



1. *Fala do que ele pediu de verdade. Nada de "só passando pra saber".*
2. *Acha um segundo motivo pra vir: a revisão que está vencendo.*
3. *Responde à objeção de verdade e oferece dois horários concretos.*
4. *Agendado, com lembrete. Ninguém precisou ligar.*

A clínica, os nomes e os preços são fictícios.

A SOLUÇÃO

O Vendedor retoma a conversa.

1

Você entrega a lista

Orçamentos e contatos antigos, de uma planilha ou do seu CRM. A gente limpa antes.

2

Abordagem pessoal

Uma mensagem curta no WhatsApp sobre o que cada pessoa pediu. Nada de disparo em massa.

3

Ele conduz a conversa

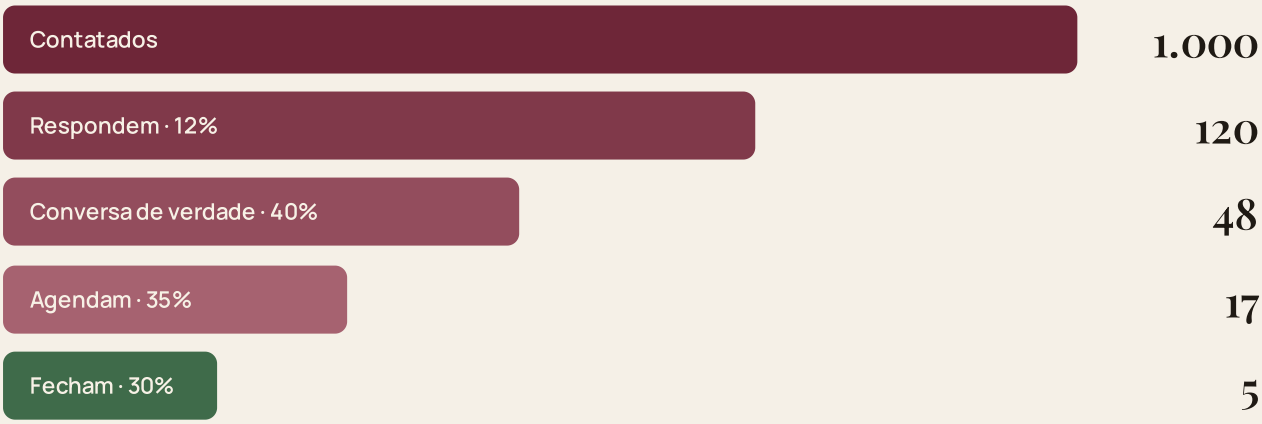
Tira dúvidas, lida com o "agora não" e volta com um novo ângulo.

4

Ele agenda

Quem tem interesse cai direto na sua agenda. Você lê um resumo por lead.

O que 1.000 contatos antigos podem virar



Uma ilustração, não um benchmark. A sua lista, a sua oferta e o seu mercado mudam cada número. Com ticket médio de R$ 5.000, cinco serviços são R$ 25.000 vindos de uma lista que não rendia nada.

> **Sem ser chato.** Toda mensagem tem uma saída fácil, e quem pede pra parar nunca mais recebe nada.

03

VAZAMENTO 03 · SERVIÇO FEITO

A avaliação que nunca veio

QUEM RESOLVE O Gestor de Reputação



Cliente feliz fica quieto. A não ser que você peça.

97%

dos consumidores olham avaliações antes de decidir uma compra.[5]

83%

de quem foi convidado a avaliar deixou uma avaliação.[5]

47%

não contratam uma empresa com menos de 20 avaliações.[5]

74%

querem ver avaliações dos últimos três meses.[5]

Cliente insatisfeito avalia sem ninguém pedir. Cliente satisfeito precisa de um empurrãozinho. Quem nunca pede acaba com menos avaliações, mais antigas e mais rabugentas do que o seu trabalho merece.



A SOLUÇÃO

O Gestor de Reputação pede a todo mundo, na hora certa.

1

O serviço termina

Um toque seu, ou automático pela sua agenda.

2

Ele pergunta como foi

Uma mensagem curta no WhatsApp com o serviço ainda fresco. Nada de pesquisa uma semana depois.

3

Ele direciona a resposta

Gostou? O link do Google, a um toque. Não gostou? Você fica sabendo primeiro e pode resolver.

4

Ele responde

Toda avaliação nova ganha uma resposta caprichada, com a sua voz.

> **Cliente insatisfeito também recebe o link.** Pedir avaliação só para quem gostou se chama review gating, e a política do Google proíbe.[11] Por isso a gente pede a todos, e você ganha a chance de resolver antes.

04

VAZAMENTO 04 · MESES DEPOIS

O cliente que você nunca mais procurou

QUEM RESOLVE — O Gestor de Relacionamento



O seu próximo serviço mais barato vem de quem já te pagou.

5–25×

mais caro conquistar um cliente novo do que manter um, dependendo do estudo.[6]

88%

confiam mais na indicação de um conhecido do que em qualquer outro tipo de propaganda.[7]

16%

mais valiosos: clientes que chegaram por indicação, comparados aos demais, num estudo com 10.000 clientes de banco.[8]

A maioria das empresas some assim que o pagamento cai, e depois gasta com anúncio para achar desconhecidos.

A SOLUÇÃO

O Gestor de Relacionamento lembra, para você não precisar.

1

Ele lembra

O que você fez para cada cliente, e quando vence o próximo serviço.

2

Ele puxa conversa

Uma mensagem pessoal sobre o serviço dele, na hora certa. Nada de newsletter.

3

Ele reagenda

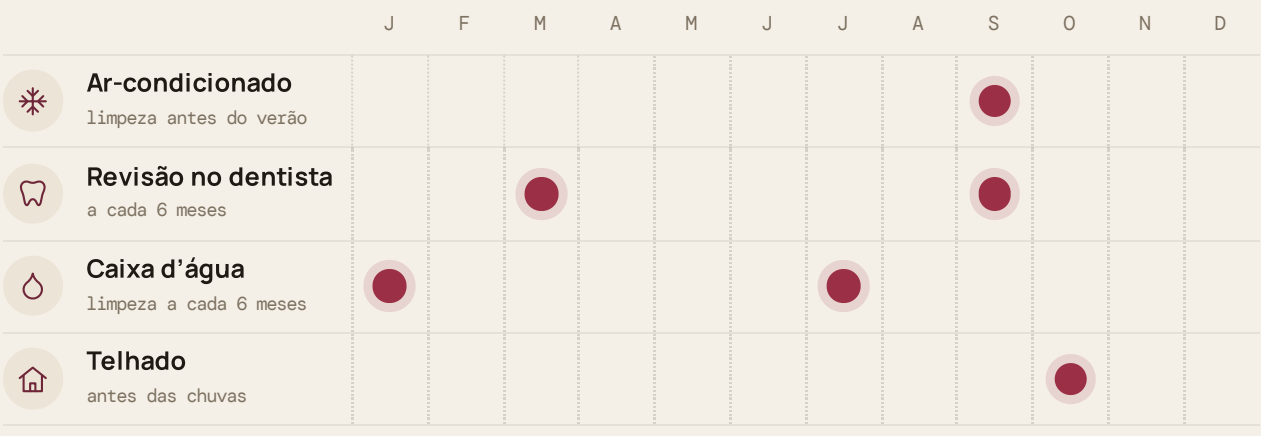
Um sim vira horário marcado. Ninguém precisa pegar o telefone.

4

Ele pede a indicação

Cliente satisfeito ganha um jeito fácil de passar o seu nome para um amigo.

Quase todo serviço volta



● O Gestor de Relacionamento entra em contato bem quando o próximo serviço vence.

Cada ponto é um serviço. Ou você lembra o cliente, ou o anúncio do concorrente lembra.

O SISTEMA

Cinco momentos que não podem ficar no vácuo.

Você não precisa de um funil complicado. Precisa de uma resposta em cinco momentos, sempre, no app que as pessoas realmente leem.

Em até um minuto

Uma ligação perdida ou mensagem nova

Responda antes que a pessoa procure a próxima empresa.

O RECEPCIONISTA

No 2º e no 7º dia

Um orçamento é enviado

Confirme que chegou e ficou claro, depois dê um empurrãozinho enquanto está fresco.

O VENDEDOR

No mesmo dia

O cliente faltou

Sem sermão. Dois horários novos, enviados enquanto ele ainda está sem graça.

O RECEPCIONISTA

No dia da entrega

O serviço terminou

Pergunte como foi. Quem gostou recebe o link de avaliação.

O GESTOR DE REPUTAÇÃO

Quando vencer

Meses depois

O lembrete que vira o próximo serviço, ou uma indicação.

O GESTOR DE RELACIONAMENTO

2,6%

é a taxa média de cliques de um e-mail de marketing.[9]

600 mi

de conversas por dia entre pessoas e empresas nos apps da Meta, incluindo o WhatsApp.[10]

SEUS NÚMEROS

Quanto isso está custando para você?

Aqui está uma empresa de exemplo, calculada no nosso Diagnóstico de Vazamentos. Os seus números vão ser outros. A ideia é justamente essa.

EMPRESA DE EXEMPLO

Ticket médio	R$ 5.000
Taxa de fechamento	30%
Contatos novos por mês	80
Perdidos ou respondidos tarde	25%
Orçamentos e contatos antigos	1.200
Serviços concluídos por mês	20
Clientes antigos	900

RECUPERÁVEL EM 12 MESES

R$ 441.000

- Ligações perdidas — R$ 216.000
- Clientes antigos — R$ 135.000
- Orçamentos que esfriaram — R$ 90.000
- Avaliações que nunca vieram — 108 por ano

Considera que 60% dos contatos perdidos vão para outra empresa, 5% dos antigos voltam a conversar, 3% a mais de clientes antigos voltam ou indicam por ano, e metade avalia quando é convidada (hoje você convida 10%). Conta conservadora.

Agora faça as suas contas.

Dois minutos, oito perguntas. Veja qual vazamento sai mais caro para você.

Abrir o Diagnóstico de Vazamentos →

leadawaker.com/pt/diagnostico

POR ONDE COMEÇAR

Tape um vazamento primeiro.

Um vazamento bem tapado vale mais que quatro tapados pela metade.
Encontre a frase que parece ter saído da sua empresa.



“O telefone toca enquanto a gente está trabalhando. E depois do expediente.”

Cada ligação perdida é um lead que você já pagou, indo direto para o concorrente.

COMECE COM
O Recepcionista



“Temos centenas de orçamentos antigos parados numa planilha.”

O dinheiro mais rápido deste relatório. Os leads já existem.

COMECE COM
O Vendedor



“Os clientes adoram a gente, mas as avaliações não mostram isso.”

Peça a todo cliente, no momento em que ele está mais feliz.

COMECE COM
O Gestor de Reputação



“O cliente só volta quando lembra da gente por acaso.”

Lembre o cliente quando o próximo serviço realmente vencer.

COMECE COM
O Gestor de Relacionamento

COMO TUDO SE ENCAIXA

Cinco apps, ou um funcionário.

A maioria das empresas tenta tapar esses vazamentos com uma pilha de apps. Nada conversa com nada, e ninguém lembra do cliente.

A PILHA

- Central de atendimento — horário comercial
- CRM — ninguém atualiza
- Disparador de SMS — disparo em massa
- Plataforma de avaliações — por e-mail
- App de agendamento — mais um login

5 logins · 5 boletos · 0 memória em comum

O FUNCIONÁRIO



4 funções · 1 caixa de entrada · 1 memória · dia e noite

~~Uma recepcionista em horário comercial~~	→	Toda ligação e mensagem respondida, dia e noite
~~Cobrar orçamento quando alguém lembra~~	→	Todo orçamento em aberto acompanhado, um a um
~~Um e-mail de avaliação que ninguém abre~~	→	Uma mensagem no WhatsApp quando ele está mais feliz
~~Um cartão de Natal~~	→	Uma mensagem quando o próximo serviço vence

Feito com você, não por você. A gente configura, escreve as mensagens com a sua voz, e você vê tudo numa caixa de entrada só.



SEU PRÓXIMO PASSO

Um vazamento. Este mês.



Se você leu até aqui, já sabe qual é o seu vazamento. Quer saber se um funcionário de IA dá conta dele? Converse com um. O Alex atende no nosso site, dia e noite. Tente pegá-lo no pulo.

Gabriel

FUNDADOR, LEAD AWAKER

TESTE AGORA

Fale com o Alex

leadawaker.com/pt

20 MINUTOS · GRÁTIS

Agende um diagnóstico

Seus números, seu primeiro vazamento

FONTES

Cada número deste relatório, e de onde ele vem.

1. Invoca, *Home Services Lead Conversion Benchmarks Report*, 2026. Médias de ligações na plataforma da Invoca. invoca.com
2. Invoca, *How much missed sales calls cost home services businesses*, 2024. Dados da plataforma do fornecedor. invoca.com
3. Oldroyd, McElheran & Elkington, *The Short Life of Online Sales Leads*, Harvard Business Review, 2011. O número de 23% vem de um teste com 2.241 empresas americanas, e o 7× de outra base, com 1,25 milhão de leads. hbr.org
4. InsideSales.com, *2014 Lead Response Report*, uma auditoria de 14.061 empresas. insidesales.com
5. BrightLocal, *Local Consumer Review Survey*, fevereiro de 2026, 1.002 adultos nos EUA. brightlocal.com
6. Amy Gallo, *The Value of Keeping the Right Customers*, Harvard Business Review, 2014. hbr.org
7. Nielsen, *Trust in Advertising*, 2021, cerca de 40.000 entrevistados. nielsen.com
8. Schmitt, Skiera & Van den Bulte, *Referral Programs and Customer Value*, Journal of Marketing, 2011. wharton.upenn.edu
9. Mailchimp, *Email Marketing Benchmarks*, todos os usuários. mailchimp.com
10. Meta, teleconferência de resultados do 3º trimestre de 2023, segundo o TechCrunch, outubro de 2023. techcrunch.com
11. Google, *Maps user contributed content policy: Prohibited & restricted content*. support.google.com

As empresas de exemplo, as conversas, a ilustração de reativação e o exemplo da calculadora são ilustrações e estão identificados como tal. Todos os outros números vêm das fontes acima.

LEADAwaker

Pare de perder os leads que você já pagou.

leadawaker.com/pt

© 2026 Lead Awaker. Compartilhe à vontade, citando a fonte.
Com agradecimento a Jason Drohn (DoneForYou.com), cujo AI Funnel Factor inspirou este relatório.