Samuel Noronha · Estúdio digital

GUIA GRATUITO · SERVIÇOS AO DOMICÍLIO (LIMPEZAS, OBRAS, REPARAÇÕES)

Como conseguir clientes na internet: guia para serviços ao domicílio

Passo a passo para quem faz limpezas, obras e reparações aparecer no Google, nas redes sociais e no WhatsApp, sem saber nada de tecnologia.

samuelnoronha.pages.dev/guias/servicos-ao-domicilio · WhatsApp +351 938 736 254

ANTES DE COMEÇAR

Para quem é este guia

Este guia é para si se...

Este guia é para quem trabalha por conta própria ou tem uma pequena equipa e vai a casa dos clientes: limpezas, pinturas, canalização, eletricidade, pequenas obras, montagem de móveis, jardinagem. Não precisa de saber nada de informática. Precisa de um telemóvel, de uma hora por dia e de vontade de fazer as coisas por ordem.

O essencial numa página

- Quem precisa de um serviço em casa pesquisa no Google e pede opinião nas redes. Quem aparece primeiro e passa confiança recebe a chamada.
- Comece pelo Perfil da Empresa no Google: é gratuito e é o que aparece quando alguém procura o seu serviço na sua zona.
- Use o WhatsApp Business para responder depressa e pedir fotos do problema antes de dar o orçamento.
- Grave vídeos curtos com o telemóvel a mostrar o seu trabalho a acontecer. Mostra confiança melhor do que qualquer texto.
- Só depois pense em anúncios, a partir de 5 euros por dia, e meça pelo número de pedidos de orçamento, não pelos gostos.

Índice

1 1. Antes de mexer em redes: arrumar a sua oferta

2 2. O Perfil da Empresa no Google

3 3. WhatsApp Business: o seu balcão de atendimento

4 4. Instagram, Facebook e TikTok sem complicar

5 5. Vídeos com o telemóvel: o que gravar e como

6 6. Ideias de 10 vídeos para gravar já

7 7. Primeiros anúncios com pouca verba

8 8. Site simples, medir resultados e quando pedir ajuda

9 Lista de verificação

10 Erros comuns

11 Plano de 30 dias

12 Perguntas frequentes

CAPÍTULO 1

1. Antes de mexer em redes: arrumar a sua oferta

Antes de abrir qualquer conta, escreva numa folha o essencial do seu negócio. Vai usar estas respostas em todo o lado: no Google, no WhatsApp, nos vídeos e nos anúncios. Meia hora aqui poupa muitas horas depois.

---

1. **Escolha os serviços principais**
   Escreva os 3 a 5 serviços que mais quer fazer. Por exemplo: limpeza de fim de obra, pintura de apartamentos, reparação de torneiras e fugas, montagem de móveis. Quem diz que faz tudo parece que não faz nada bem.

2. **Defina a zona onde trabalha**
   Escreva as cidades, freguesias ou bairros onde aceita ir. Seja realista: se perde uma hora em deslocação, o trabalho deixa de compensar. Esta lista vai servir para o Google e para os anúncios.

3. **Escreva como cobra**
   Decida se cobra à hora, ao metro quadrado, por trabalho fechado ou por orçamento. Escreva uma frase simples para explicar. Exemplo: Faço visita gratuita e envio o orçamento por escrito em 24 horas.

4. **Junte as perguntas que os clientes fazem**
   Pense nas 10 perguntas que ouve sempre: quanto custa, quando pode vir, tem seguro, traz o material. Guarde-as. Vão ser respostas rápidas no WhatsApp e ideias de vídeos.

5. **Escolha um nome e um número únicos**
   Use o mesmo nome do negócio em todo o lado, escrito sempre da mesma forma. Use um só número de telemóvel para o negócio. Se possível, um cartão SIM só para o trabalho, para não misturar com a vida pessoal.

> **DICA**
> Se alguém lhe perguntar o que faz e a resposta não cabe numa frase com o seu tipo de serviço e a zona, ainda não está pronto para avançar.

CAPÍTULO 2

2. O Perfil da Empresa no Google

Quando alguém escreve no Google algo como eletricista perto de mim, aparece um mapa com negócios. É aqui que muitos serviços ao domicílio ganham clientes, e é gratuito. Ninguém pode garantir a posição no topo, mas um perfil completo, com avaliações reais, ajuda muito.

---

1. **Criar o perfil**
   No Google, escreva Perfil da Empresa no Google e entre com a sua conta Google. Se não tiver conta, crie uma só para o negócio. Escreva o nome do negócio exatamente como o usa no dia a dia.

2. **Escolher a categoria principal**
   Escolha a categoria que melhor descreve o seu trabalho principal, por exemplo serviço de limpeza, eletricista ou pintor. Pode juntar categorias secundárias para os outros serviços. A categoria certa é a base de tudo.

3. **Indicar que vai a casa dos clientes**
   Quando o Google perguntar se tem um local onde recebe clientes, responda que não, se trabalha só ao domicílio. Depois indique a área de atendimento: as cidades ou zonas onde trabalha. Assim a sua morada pessoal não fica pública.

4. **Preencher serviços, horário e descrição**
   Junte cada serviço com uma frase curta e, se puder, um preço de partida real. Preencha o horário e o telefone. Na descrição, escreva o que faz, onde e como funciona, em linguagem simples. Exemplo: Limpezas de casas e apartamentos em Lisboa e Oeiras. Visita gratuita e orçamento por escrito.

5. **Adicionar fotos reais**
   Junte fotos tiradas por si: a equipa, o material, trabalhos terminados, a carrinha. Evite fotos da internet. Peça autorização ao cliente antes de mostrar a casa dele ou a cara de alguém.

6. **Verificar o perfil**
   O Google vai pedir uma verificação, que pode ser por código, chamada ou vídeo, conforme o caso. Siga as instruções no ecrã. Sem verificação, o perfil não aparece como deve.

7 **Pedir avaliações e responder a todas**

Depois de cada trabalho bem feito, envie ao cliente a ligação para avaliar. Nunca compre nem invente avaliações. Responda a todas, até às más, com calma e educação, e sem discutir.

> **DICA**
> Atualize o perfil uma vez por semana: uma foto nova e uma publicação curta. Mostra ao cliente e ao Google que o negócio está ativo.

CAPÍTULO 3

3. WhatsApp Business: o seu balcão de atendimento

A maioria dos pedidos de orçamento chega por mensagem. Quem responde primeiro e com clareza tem mais hipóteses de fechar o trabalho. O WhatsApp Business é gratuito e foi feito para negócios.

1 **Instalar e configurar**

Descarregue a aplicação WhatsApp Business na loja do seu telemóvel e registe o número do negócio. Preencha o perfil: nome, descrição, zona, horário e, se tiver, a ligação do site ou do Google.

2 **Criar o catálogo de serviços**

Na área do negócio, procure a opção de catálogo e junte os seus serviços, cada um com foto, descrição curta e, se quiser, um preço de partida. O cliente vê o que faz sem ter de perguntar.

3 **Definir mensagem de ausência e de saudação**

Nas definições de mensagens do negócio, ative uma saudação para quem escreve pela primeira vez e uma mensagem de ausência para fora de horas. Exemplo: Olá! Obrigado por contactar. Para o orçamento, diga-me o serviço, a zona e envie 2 ou 3 fotos do local. Respondo até ao fim do dia.

4 **Criar respostas rápidas**

Guarde respostas prontas para as perguntas mais comuns: preços, prazos, formas de pagamento, o que está incluído. Basta escrever uma barra e o atalho. Assim responde em segundos e não se engana.

5 **Usar etiquetas para não perder pedidos**
Marque cada conversa com uma etiqueta: novo contacto, orçamento enviado, marcado, concluído. Uma vez por dia, olhe para os orçamentos enviados e dê seguimento aos que ficaram sem resposta.

> **DICA**
> Peça sempre fotos ou um vídeo curto do problema antes de dar o preço. Evita visitas inúteis e mostra profissionalismo.

CAPÍTULO 4

4. Instagram, Facebook e TikTok sem complicar

As redes sociais servem para mostrar o seu trabalho e criar confiança. Não precisa de estar em todas. Comece por uma, faça bem, e só depois junte outra. Para este tipo de negócio, o Facebook e o Instagram costumam chegar bem a quem decide na casa.

1 **Escolher uma rede para começar**
Se os seus clientes têm mais de 35 anos, comece pelo Facebook. Se são mais novos, comece pelo Instagram. O TikTok serve para alcançar mais gente, mas pede mais vídeos. Escolha uma e comprometa-se com ela durante 30 dias.

2 **Criar uma conta de negócio**
No Instagram, nas definições da conta, mude para conta profissional. No Facebook, crie uma Página para o negócio em vez de usar o perfil pessoal. Use o mesmo nome e o mesmo logótipo ou foto em todo o lado.

3 **Escrever uma biografia que explica tudo**
Em poucas linhas, diga o que faz, onde e como falar consigo. Exemplo: Limpezas e pequenas reparações em Lisboa e arredores. Orçamento grátis. Fale comigo no WhatsApp. Ponha a ligação do WhatsApp no botão de contacto.

4 **Definir três tipos de publicações**
Para não ficar sem ideias, fixe três tipos: trabalhos feitos, dicas rápidas e bastidores do dia a dia. Alterne entre eles. Publicar 3 vezes por semana, sempre, vale mais do que 10 num dia e nada depois.

5 **Mostrar sempre a zona e o serviço**
Escreva na legenda o serviço e a zona. Exemplo: Pintura de sala em Cascais, feita em dois dias. Use poucas etiquetas, 3 a 5, ligadas ao serviço e ao local.

6. **Responder depressa e levar para o WhatsApp**
   Quando alguém comentar ou escrever, responda no mesmo dia. Convide a pessoa a continuar no WhatsApp para enviar fotos e receber o orçamento. É lá que os pedidos se fecham.

> **DICA**
> Nunca use fotos de trabalhos de outras pessoas. Se um cliente aparecer, ou se a casa dele se reconhecer, peça autorização antes de publicar.

CAPÍTULO 5

5. Vídeos com o telemóvel: o que gravar e como

Um vídeo curto a mostrar o trabalho vale mais do que dez frases. Não precisa de câmara cara nem de aparecer bem penteado. Precisa de boa luz, de som claro e de mostrar um trabalho real.

1. **Preparar o telemóvel**
   Limpe a lente com um pano. Grave na vertical, com o telemóvel bem seguro, de preferência apoiado ou num tripé barato. Grave perto de uma janela ou com a luz da divisão toda acesa, nunca contra a luz.

2. **Garantir um som limpo**
   Quando falar, aproxime-se do telemóvel e evite sítios com eco ou com o ruído de ferramentas. Se o ruído for inevitável, grave o vídeo sem voz e escreva o texto no ecrã com a ferramenta de legendas da própria rede.

3. **Seguir uma estrutura simples**
   Três momentos chegam: no primeiro, mostre o problema ou o espaço antes; no segundo, o trabalho a acontecer, em planos curtos; no terceiro, o resultado final. Cada vídeo com 15 a 40 segundos.

4. **Começar com uma frase que prende**
   Nos primeiros 3 segundos, diga ou escreva o que vai ver. Exemplos: Esta casa de banho estava assim há 10 anos. Como limpar juntas de azulejo sem estragar. Isto é o que faço numa visita de orçamento.

5. **Pedir autorização e proteger a privacidade**
   Antes de filmar em casa de um cliente, pergunte se pode. Evite mostrar moradas, matrículas, documentos ou caras sem consentimento. O ideal é ter uma mensagem escrita do cliente a dizer que autoriza.

6. **Editar com uma aplicação gratuita**
Use a aplicação de edição do próprio Instagram, TikTok ou uma gratuita como o CapCut. Corte os tempos mortos, junte legendas e uma música sem direitos de autor da biblioteca da própria aplicação. Termine com uma frase: Orçamento grátis, fale comigo no WhatsApp.

> **DICA**
> Reaproveite cada vídeo: publique no Instagram, no Facebook e no TikTok. O mesmo trabalho rende três publicações.

CAPÍTULO 6

6. Ideias de 10 vídeos para gravar já

O bloqueio de quem começa é não saber o que gravar. Aqui ficam dez ideias prontas, todas com coisas que já faz todos os dias. Grave duas por semana e em cinco semanas tem material de sobra.

1. **Vídeos de antes e depois do trabalho**
Mostre uma limpeza, pintura ou reparação do início ao fim. Ideias: 1) uma cozinha antes e depois da limpeza; 2) uma parede pintada em time-lapse; 3) uma torneira que pingava, reparada. Isto não é saúde nem aparência de pessoas, por isso não levanta problemas.

2. **Vídeos que respondem a perguntas**
Responda em 30 segundos a perguntas reais. Ideias: 4) quanto custa limpar um T2 e o que faz variar o preço; 5) o que levo na carrinha e o que o cliente tem de ter; 6) como me preparo para uma visita de orçamento.

3. **Vídeos de dicas úteis**
Ensine algo pequeno que ajude já. Ideias: 7) como evitar manchas de humidade; 8) três produtos que nunca devem ser misturados na limpeza; 9) como saber se uma tomada precisa de ser vista por um eletricista.

4. **Vídeo de apresentação**
Ideia 10) quem sou, o que faço, onde trabalho e como pedir um orçamento. Grave de frente, sorriso natural, com a carrinha ou o material atrás. É o vídeo que deve ficar fixado no topo do seu perfil.

5 **Planear em lote**
Num dia por semana, grave 3 ou 4 vídeos seguidos aproveitando os trabalhos do dia. Guarde-os numa pasta e vá publicando ao longo da semana. Poupa tempo e evita falhar.

> **DICA**
> Cuidado com as dicas de segurança: em eletricidade, gás e estruturas, diga sempre que o trabalho deve ser feito por um profissional habilitado.

CAPÍTULO 7

7. Primeiros anúncios com pouca verba

Os anúncios aceleram o que já funciona. Só vale a pena avançar quando o perfil do Google, o WhatsApp e pelo menos 5 a 6 publicações estiverem prontos. Pode começar com 5 euros por dia e parar quando quiser. As regras das plataformas mudam, por isso leia sempre a política atual antes de anunciar.

---

1 **Escolher o objetivo certo**
No Gestor de Anúncios da Meta, escolha como objetivo mensagens, para que as pessoas lhe escrevam no WhatsApp. Não escolha apenas gostos ou visualizações: o que lhe interessa é o pedido de orçamento.

2 **Definir a zona e o público**
Escolha um raio curto à volta da zona onde trabalha, por exemplo 15 a 25 km. Deixe o resto do público aberto no início. Quanto mais precisa a zona, menos dinheiro desperdiça com quem não pode ser seu cliente.

3 **Usar o vídeo que já resultou**
Escolha como anúncio um vídeo seu que já teve boa resposta, com bastantes visualizações e mensagens. Acrescente um texto curto: o que faz, onde, e o convite. Exemplo: Limpeza de fim de obra em Lisboa. Peça o seu orçamento grátis no WhatsApp.

4 **Definir o orçamento diário**
Comece com 5 euros por dia durante 7 dias. Não mexa em nada nos primeiros 3 dias. A plataforma precisa de tempo para aprender a quem mostrar.

5 **Experimentar o Google para quem já procura**
As pesquisas do Google chegam a quem já precisa de si agora, por exemplo canalizador urgente em Setúbal. Pode criar uma campanha de pesquisa com palavras do seu serviço e da sua zona. Define um limite diário e pode parar a qualquer momento. Em alguns países existem anúncios locais de serviços com verificação; confirme se estão disponíveis em Portugal ou no Brasil antes de contar com eles.

6 **Responder logo aos contactos**
Um anúncio traz pedidos, mas só fecha trabalho quem responde depressa. Tenha o telemóvel à mão nas horas de pico e use as respostas rápidas do WhatsApp Business.

7 **Rever ao fim de 7 dias**
Conte quantos pedidos de orçamento recebeu e quanto gastou. Se o custo por pedido é aceitável face ao que ganha por trabalho, mantenha ou aumente devagar. Se não, mude o vídeo ou o texto e teste de novo.

> **DICA**
> Não prometa preços ou prazos nos anúncios que depois não consiga cumprir. Promoção anunciada é promoção a cumprir.

CAPÍTULO 8

8. Site simples, medir resultados e quando pedir ajuda

O site não precisa de ser grande. Serve para mostrar que o negócio existe a sério e para o Google ter onde ler sobre si. Depois, meça o que importa: mensagens e trabalhos marcados, não gostos.

---

1 **Montar um site de uma página**
Uma página basta, com cinco blocos: o que faz, onde trabalha, fotos de trabalhos reais, como funciona o orçamento e um botão grande para o WhatsApp. Escreva no topo o serviço e a zona, por exemplo Limpezas e reparações em Lisboa e Cascais.

2 **Pensar para quem vê no telemóvel**
A maioria dos clientes vai abrir o site no telemóvel. Teste a página no seu próprio telemóvel: o texto lê-se bem, o botão do WhatsApp está sempre à vista, e as fotos abrem depressa.

3 **Ligar tudo**
Ponha a ligação do site no Perfil do Google, na biografia do Instagram e no WhatsApp Business. Ponha em todo o lado o mesmo nome, o mesmo número e a mesma zona. É assim que o Google percebe que é tudo o mesmo negócio.

4 **Contar o que interessa**
Faça uma tabela simples numa folha ou no telemóvel. Em cada semana, anote: quantas mensagens novas recebeu, quantas visitas de orçamento marcou e quantos trabalhos fechou. Os gostos e as visualizações são apenas pistas.

5 **Perguntar sempre de onde vieram**

Em cada novo cliente, pergunte de forma simples: como nos conheceu? Anote a resposta. Em pouco tempo percebe qual o canal que traz trabalho e onde deve investir tempo e dinheiro.

6 **Saber quando pedir ajuda**

Faz sentido pedir ajuda quando já recebe mais pedidos do que consegue gerir, quando os anúncios gastam dinheiro sem trazer mensagens, ou quando simplesmente não tem tempo para gravar e publicar. Peça sempre para ver exemplos reais do trabalho de quem o vai ajudar e desconfie de quem promete resultados garantidos.

> **DICA**
>
> Escolha um dia fixo por semana, por exemplo sexta-feira, para olhar para os números e decidir uma única melhoria para a semana seguinte.

PARA IMPRIMIR

Lista de verificação

Marque cada quadradinho quando estiver feito.

- [ ] Escrevi os 3 a 5 serviços principais e a zona onde trabalho.
- [ ] Tenho um número de telemóvel só para o negócio.
- [ ] Criei e verifiquei o Perfil da Empresa no Google.
- [ ] Indiquei a área de atendimento em vez da minha morada pessoal.
- [ ] Escolhi a categoria principal certa e juntei os serviços com descrição.
- [ ] Juntei pelo menos 10 fotos reais de trabalhos meus.
- [ ] Instalei o WhatsApp Business e preenchi o perfil e o catálogo.
- [ ] Criei a saudação, a mensagem de ausência e as respostas rápidas.
- [ ] Escolhi uma rede social para começar e criei a conta de negócio.
- [ ] Gravei os meus primeiros 3 vídeos com o telemóvel.
- [ ] Tenho autorização escrita dos clientes que aparecem nas fotos ou vídeos.
- [ ] Peço a todos os clientes uma avaliação no Google.
- [ ] Respondo a todas as mensagens e avaliações no mesmo dia.
- [ ] Anoto todas as semanas as mensagens recebidas, as visitas marcadas e os trabalhos fechados.

EVITE ESTES

Erros comuns

O que costuma correr mal, e como corrigir.

✗ Dizer que faz tudo, de limpezas a obras e reparações de qualquer tipo.

Como corrigir: Escolha 3 a 5 serviços e mostre-os bem. Pode crescer mais tarde, quando tiver fotos e avaliações de cada um.

✗ Mostrar a morada pessoal no Google ou nas redes.

Como corrigir: Configure o perfil como negócio que se desloca ao cliente e indique só a área de atendimento.

✗ Usar fotos da internet ou de trabalhos de outras pessoas.

Como corrigir: Use sempre fotos e vídeos seus. O cliente nota, e o Google e as redes também valorizam o que é original.

✗ Dar o preço sem ver o trabalho ou sem detalhe.

Como corrigir: Peça fotos ou vídeo, faça visita quando for preciso e envie o orçamento por escrito com o que está e não está incluído.

✗ Demorar a responder ou ignorar as avaliações.

Como corrigir: Responda no mesmo dia, mesmo que seja só para dizer que vai ver o assunto. Às avaliações más, responda com calma e ofereça-se para resolver.

✗ Fazer anúncios sem ter perfil, WhatsApp e vídeos prontos.

Como corrigir: Primeiro arrume a base. Depois o anúncio traz gente para um sítio que sabe receber e converter.

✗ Medir pelo número de gostos e visualizações.

Como corrigir: Conte mensagens, visitas marcadas e trabalhos fechados. É isso que paga as contas.

QUATRO SEMANAS

Plano de 30 dias

Ações pequenas e concretas, por ordem. Faça o que o seu tempo permitir.

Semana 1: a base	• Escrever os serviços principais, a zona e a forma de cobrar. • Criar e verificar o Perfil da Empresa no Google. • Instalar o WhatsApp Business e preencher o perfil e o catálogo. • Tirar 10 fotos reais de trabalhos e do material.
Semana 2: presença	• Criar a conta de negócio na rede social escolhida. • Escrever a biografia com o serviço, a zona e a ligação do WhatsApp. • Gravar e publicar os 2 primeiros vídeos curtos. • Pedir avaliação no Google aos 3 últimos clientes.
Semana 3: constância	• Gravar 3 ou 4 vídeos em lote e publicar 3 vezes na semana. • Montar o site de uma página e ligá-lo ao Google e às redes. • Criar respostas rápidas para as 5 perguntas mais comuns. • Responder a todas as mensagens e comentários no mesmo dia.
Semana 4: primeiros anúncios e medição	• Escolher o vídeo com melhor resposta e criar um anúncio com 5 euros por dia. • Deixar correr 7 dias sem mexer nos primeiros 3. • Contar mensagens, visitas marcadas e trabalhos fechados. • Decidir o que manter, o que mudar e o que cortar no mês seguinte.

DÚVIDAS

Perguntas frequentes

As perguntas que mais aparecem.

Preciso de um site para aparecer no Google?

Não é obrigatório para começar. O Perfil da Empresa no Google já lhe dá presença. Mas um site simples ajuda a transmitir confiança e dá ao Google mais informação sobre si.

Quanto tempo demora a aparecer no Google?

Depende da zona, da concorrência e do quanto o perfil está completo. Ninguém pode garantir a posição. O que está nas suas mãos é ter o perfil completo, fotos reais, avaliações genuínas e respostas rápidas.

Preciso de aparecer nos vídeos?

Não é obrigatório. Pode filmar só as mãos, o trabalho e escrever o texto no ecrã. Mas quem dá a cara costuma criar mais confiança, por isso experimente aos poucos.

Quanto devo gastar em anúncios no início?

Pode começar com 5 euros por dia e parar quando quiser. Só avance depois de ter o perfil do Google, o WhatsApp e alguns vídeos prontos. Aumente devagar, e só se os pedidos de orçamento compensarem.

Posso mostrar a casa do cliente nos vídeos?

Só com autorização. Peça ao cliente uma mensagem escrita a autorizar, evite mostrar moradas, documentos, caras e matrículas, e apague o que ele pedir para retirar.

O que faço com as avaliações más?

Responda com calma, agradeça o feedback e ofereça-se para resolver. Não discuta nem apague. As pessoas leem as respostas e isso mostra como trata os clientes.

Quando faz sentido contratar alguém para ajudar?

Quando o tempo para gravar, publicar e responder já lhe falta, ou quando gasta em anúncios sem ver mensagens. Peça sempre exemplos reais de trabalho e evite quem promete resultados garantidos.

Quer que o ajude a pôr o seu negócio a aparecer na internet, sem complicações? Fale comigo no WhatsApp, +351 938 736 254, e conte-me o que faz e onde trabalha. Digo-lhe com franqueza por onde começar, sem promessas de milagres.

Resposta por WhatsApp, sem compromisso.

+351 938 736 254

wa.me/351938736254 · samuelnoronha.pages.dev

Samuel Noronha, estúdio digital de uma pessoa só. Lisboa, atende Portugal, Brasil e EUA à distância. Guia gratuito: pode partilhá-lo e imprimi-lo.