GUIA GRATUITO

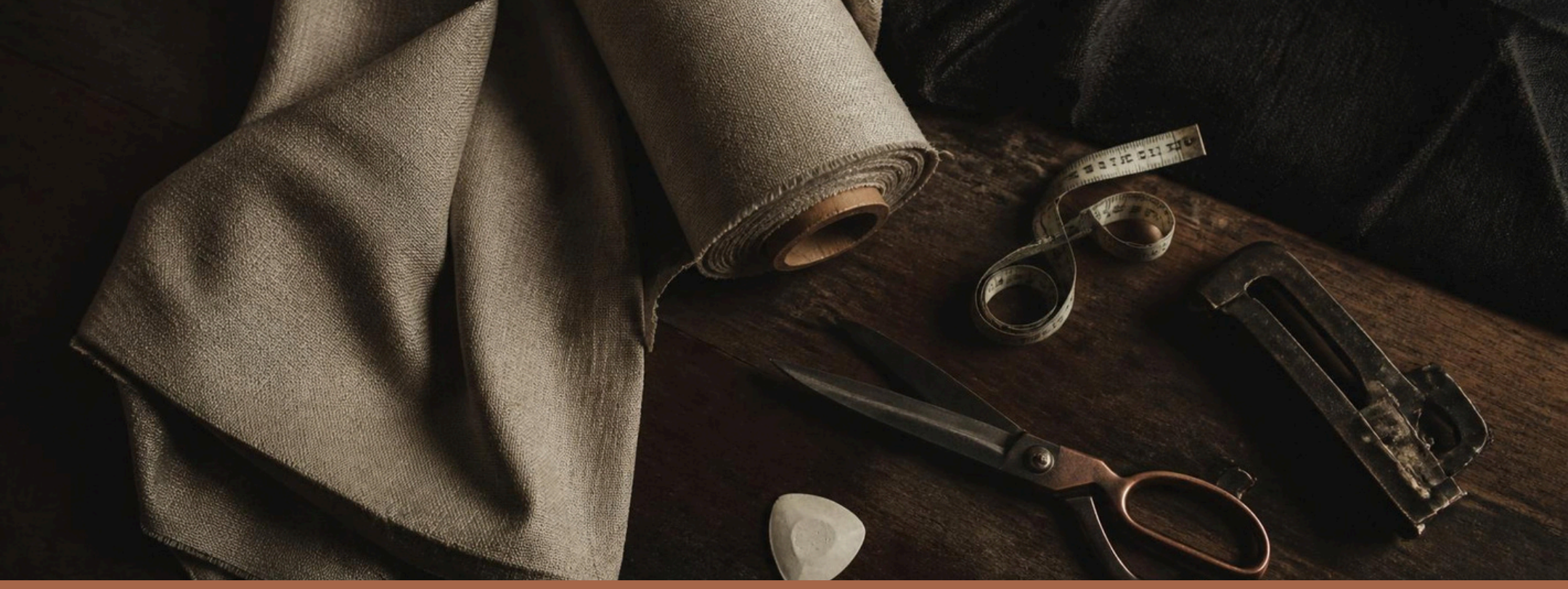
Sua Tapeçaria *no Digital*



O guia simples para ser encontrado, passar confiança e fechar mais serviços.

TAPECEIRO DIGITAL

Ofício. Estratégia. Crescimento.



ANTES DE COMEÇAR

Feito para quem trabalha com as mãos

Este guia não tem palavras difíceis nem enrolação. Cada capítulo responde três perguntas:

1. O que é?
2. Por que isso importa para a sua tapeçaria?
3. O que eu faço, na prática?

Leia na ordem: ela segue o caminho que o seu cliente faz antes de chamar você. No final, tem um autodiagnóstico e um plano de 7 dias para começar.

> **Tempo de leitura: cerca de 20 minutos.**



INTRODUÇÃO

O cliente julga você antes de falar com você

A Marta tem um sofá com o assento afundado. Antes de mandar mensagem para qualquer tapeçaria, ela pega o celular e pesquisa: “reforma de sofá perto de mim”.
Mesmo quando alguém indica você, o cliente muitas vezes pesquisa seu nome antes de chamar. Em poucos minutos, ela decide em quem confiar. E o que ela encontra?

O QUE O CLIENTE ENCONTRA QUANDO PESQUISA POR UMA TAPEÇARIA?

**Fotos reais, boas avaliações,
site responsivo e redes ativas?**

Ele confia. ✔

Quase nada, ou um perfil abandonado?

Ela vai para o concorrente, mesmo que o seu trabalho seja melhor você não conseguiu passar credibilidade e confiança. ✘

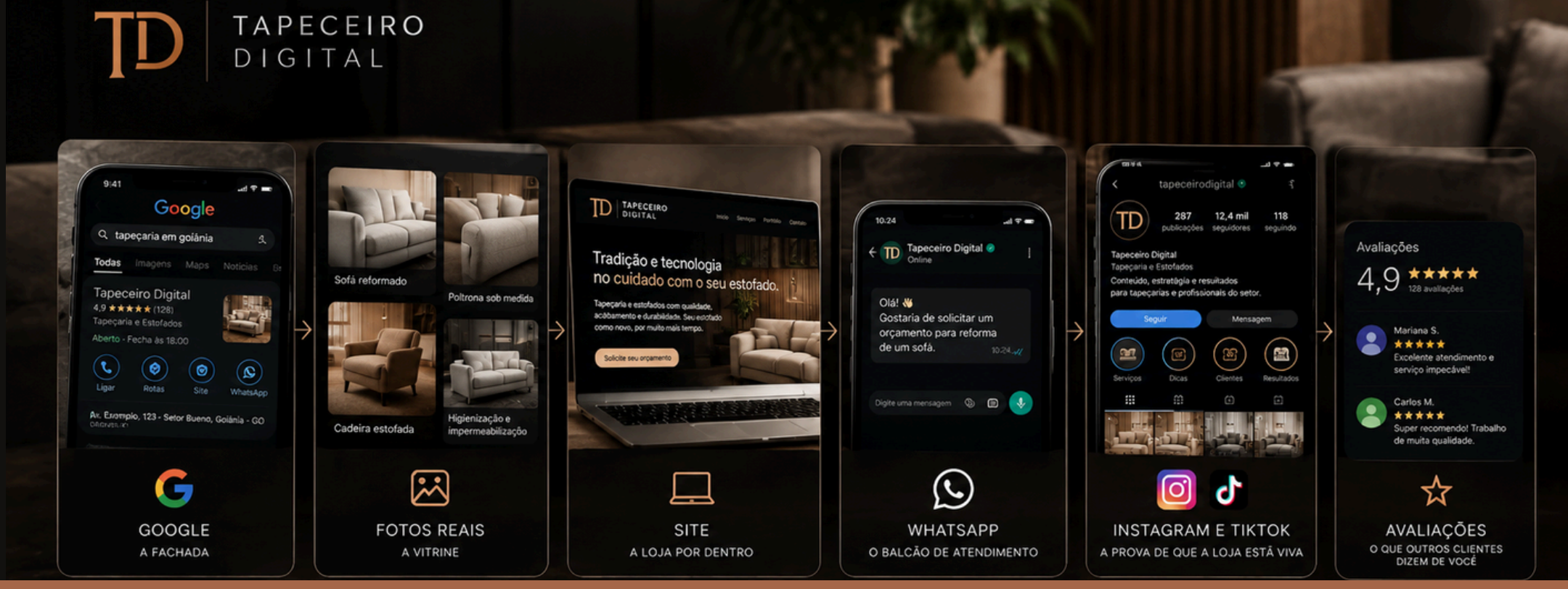
Trabalho excelente que ninguém vê não vira cliente. O digital é a sua vitrine.

A JORNADA DO CLIENTE

O caminho do cliente em 6 passos

1. Pesquisa no Google: “tapeceiro perto de mim”
2. Vê o Perfil da Empresa: fotos, avaliações, horário e telefone
3. Clica no site: quer conhecer o trabalho e a empresa
4. Confere o Instagram e o TikTok: a empresa é ativa?
5. Chama no WhatsApp: pede o orçamento
6. Compara e decide: fecha com quem passou mais confiança

> **Cada passo é uma porta. Se uma estiver fechada, o cliente sai por outra: a do concorrente.**

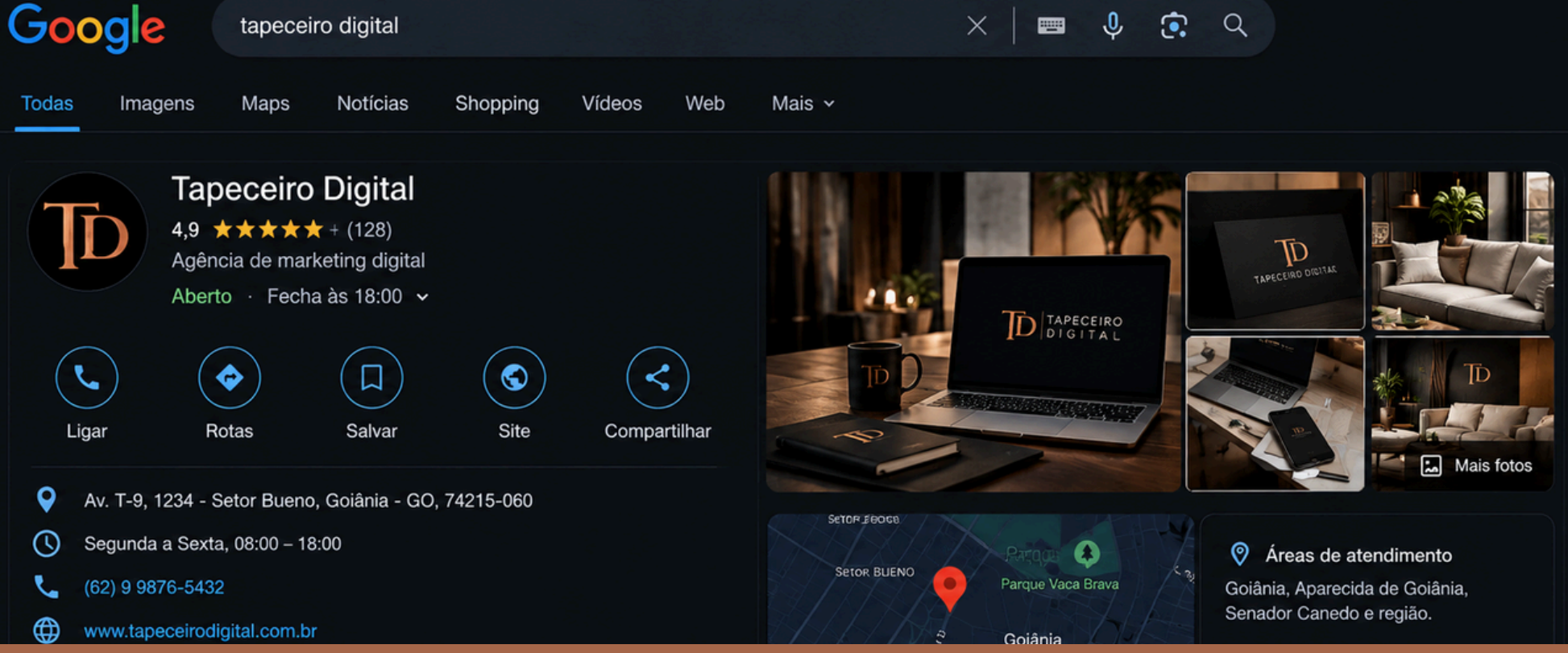


A ESTRUTURA DIGITAL

O que é a estrutura digital da sua tapeçaria

É o conjunto de lugares onde o cliente encontra você e confirma que pode confiar. Pense numa loja física: fachada, vitrine, balcão. No digital é igual:
Google = a fachada
Fotos reais = a vitrine
Site = a loja por dentro
WhatsApp = o balcão de atendimento
Instagram e TikTok = a prova de que a loja está viva
Avaliações = o que outros clientes dizem de você

> **Tudo alinhado: o cliente enxerga uma empresa séria, e a chance de fechar com você é maior.**



CAPÍTULO 1 - GOOGLE

Perfil da Empresa no Google

É a ficha gratuita da sua empresa que aparece quando alguém pesquisa no Google. Antes se chamava “Google Meu Negócio”.
Mostra nome, fotos, endereço ou área de atendimento, horário, telefone, site e avaliações.
É grátis, e é a primeira coisa que o cliente vê.

> **Não tem loja? Sem problema. Autônomo também pode ter perfil, informando a área de atendimento em vez do endereço.**

CAPÍTULO 1 · POR QUE IMPORTA

É a primeira vitrine que o cliente vê

Antes mesmo de abrir qualquer site, o cliente olha as fotos, as avaliações e se o horário e o telefone batem. Um perfil completo, com fotos reais e boas avaliações, passa confiança e credibilidade. Um perfil vazio ou desatualizado gera dúvida.

Quando dois tapeceiros aparecem lado a lado, o cliente tende a escolher o que parece mais confiável.

Perfil bem avaliado, com fotos reais, site e redes ativas: a chance de fechar com você é maior do que com o concorrente sem essa estrutura.



O que não pode faltar no seu perfil do Google

- Nome real da empresa, sem encher de palavras
- Categoria principal: a mais próxima de tapeçaria e reforma de estofados
- Endereço ou área de atendimento (cidade e bairros)
- Horário de funcionamento correto, inclusive feriados
- WhatsApp ou telefone que você realmente atende
- Link do site
- Descrição clara: o que faz, onde atende e seus diferenciais
- Fotos reais: oficina, equipe, materiais, antes e depois
- Perfil verificado (a confirmação de que a empresa é sua)



Erros que fazem o cliente desistir

- Fotos tiradas da internet ou de outra empresa. O cliente percebe e perde a confiança.
- Telefone ou horário errado: o cliente liga e ninguém atende.
- Nunca responder avaliações.
- Perfil duplicado ou não verificado.
- Nome da empresa cheio de palavras empilhadas.

> **FAÇA HOJE · 15 MINUTOS**
>
> Pesquise o nome da sua empresa no Google, como se você fosse o cliente. Anote o que apareceu e o que está faltando.

Perfil no ar. Agora ele precisa de um ingrediente que sustenta tudo: fotos reais do seu trabalho.



CAPÍTULO 2 - FOTOS

Fotos reais do seu trabalho

São as fotos feitas por você, dos serviços que você realmente fez.
Foto é a prova do seu trabalho. Quem procura reforma de sofá quer ver como o acabamento fica: costura, tecido, caimento.
Foto de internet pode ser de qualquer um. Foto real mostra capricho e honestidade.

> **Bônus: as mesmas fotos servem para o Google, o site, o Instagram e o TikTok. Você tira uma vez e usa em todos os lugares.**



Como tirar boas fotos com o celular

- Limpe a lente antes de fotografar
- Use luz natural: perto da janela ou ao ar livre, sem flash
- Fundo limpo: tire do caminho o que for bagunça
- Mostre o móvel inteiro e depois os detalhes (costura, botões, acabamento)
- Centralize o estofado na câmera
- Use o mesmo ângulo no antes e no depois
- Fotografe o processo: estrutura, espuma nova, tecido sendo aplicado
- Peça autorização ao cliente e evite mostrar rosto, endereço ou documentos

Para fotografar bem, basta o celular que você já tem.



Erros comuns com fotos ⚠️

- Foto escura ou tremida.
- Bagunça atrás do móvel.
- Mostrar só o resultado final, sem o antes.
- Usar foto com marca de outra empresa.
- Esquecer de fotografar e perder o registro do serviço.

FAÇA HOJE

No próximo serviço, tire 3 fotos: antes, durante e depois, no mesmo ângulo. Crie no celular uma pasta chamada “Trabalhos prontos”.

Com as fotos prontas, você precisa de uma casa para elas: o seu site.



CAPÍTULO 3 - SITE

Um site que mostra o seu trabalho

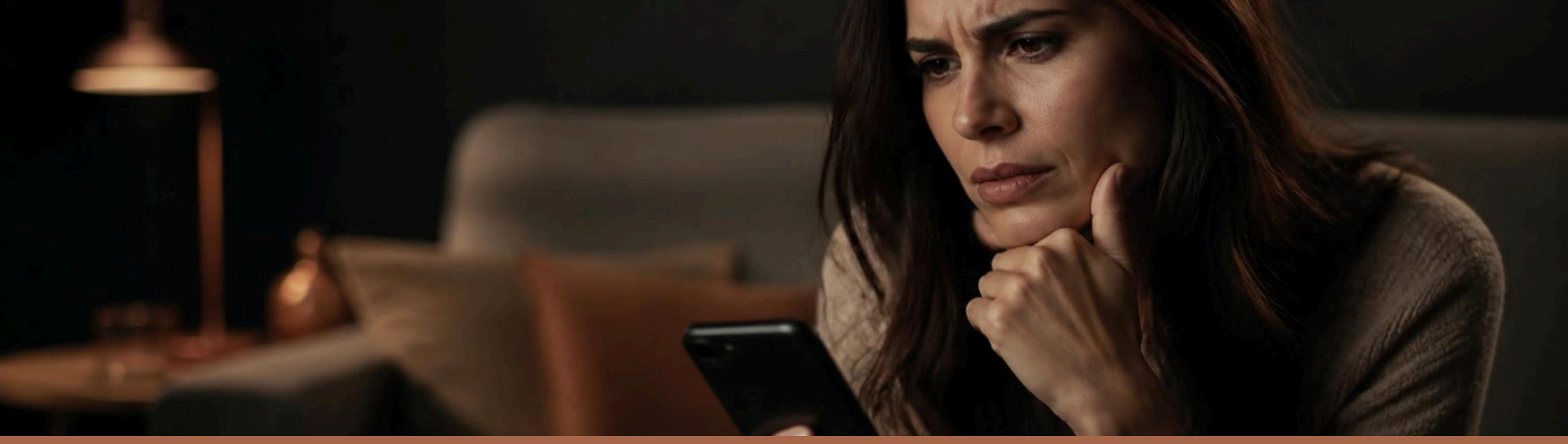
É a sua “loja” na internet, só sua. As redes sociais pertencem a outras empresas. O site é seu.
Quem clica no site pelo seu perfil do Google quer saber mais: quais serviços você faz, como é o seu trabalho e quem está por trás.
Um site bem feito mostra que você é uma empresa organizada, real e comprometida com cliente.

> **O site é o ponto de encontro: do Google o cliente vai para o site, e do site vai para o WhatsApp e o Instagram.**



O que não pode faltar no site

- Primeira tela objetiva: o que você faz + sua cidade + botão de WhatsApp
- Serviços: reforma, fabricação sob medida, cabeceiras, poltronas
- Galeria de trabalhos com antes e depois
- Sobre: quem é você, há quanto tempo trabalha, foto real
- Depoimentos de clientes reais
- Botão de WhatsApp sempre visível, que abre a conversa direto
- Link do Instagram (e do TikTok, se tiver)
- Onde atende, horário e mapa
- Rápido e bonito no celular
- Link do site colocado no Perfil do Google



Erros que afastam clientes ⚠️

- Site que só fica bom no computador (muitos clientes chegam pelo celular).
- Fotos de internet ou criadas com IA no lugar dos seus trabalhos.
- Textos longos demais.
- Telefone só escrito, sem botão para clicar.
- Informações antigas e links quebrados.
- Contato escondido no rodapé.

> **FAÇA HOJE**
>
> Abra o seu site (ou o de um concorrente) no celular. Em 5 segundos, dá para entender o que a empresa faz, onde atende e como chamar? Se você ainda não tem site, separe 5 fotos dos seus melhores trabalhos para ele.

O cliente gostou do que viu. Agora ele quer falar com você.



CAPÍTULO 4 - WHATSAPP BUSINESS

WhatsApp Business: onde a venda acontece

É a versão gratuita do WhatsApp feita para empresas. Tem perfil comercial (descrição, horário, endereço, site, pagamentos), catálogo, mensagem automática e respostas rápidas. O WhatsApp comum não tem esses recursos.
É aqui que o cliente chega e o orçamento acontece. Tudo o que vimos até agora tem um objetivo: levar o cliente até essa conversa.

> **Use um WhatsApp Business no número da empresa, separado do pessoal sempre que possível.**

Quem atende primeiro e melhor, fecha venda.

Quem responde rápido e de forma educada passa profissionalismo.
Quem pede orçamento em vários lugares muitas vezes fecha com quem atendeu primeiro e melhor.
Cada mensagem sem resposta é um cliente indo para o concorrente.
Hoje o mundo é imeadiatista então as pessoas buscam por agilidade e atenção para resolver o problema o quanto antes.

> **O cliente já começa a avaliar a sua empresa na primeira mensagem. Atender bem é parte do serviço.**



Configure o WhatsApp Business

- Foto de perfil: logo ou foto sua trabalhando
- Perfil comercial completo: descrição, horário, área de atendimento, site e Instagram
- Mensagem de saudação para quem escreve pela primeira vez
- Mensagem de ausência fora do horário
- Respostas rápidas para perguntas comuns (prazo, orçamento)
- Catálogo com serviços e fotos
- Etiquetas para organizar: novo, orçamento enviado, fechado
- No primeiro atendimento, peça: foto do móvel inteiro, medidas e tecido desejado

EXEMPLO DE SAUDAÇÃO

“Olá! Aqui é da [nome da tapeçaria]. Obrigado pelo contato!
O orçamento será para: reforma, fabricação ou higienização?
Me envie uma foto do móvel inteiro e as medidas, por favor.
Já retorno em instantes!”

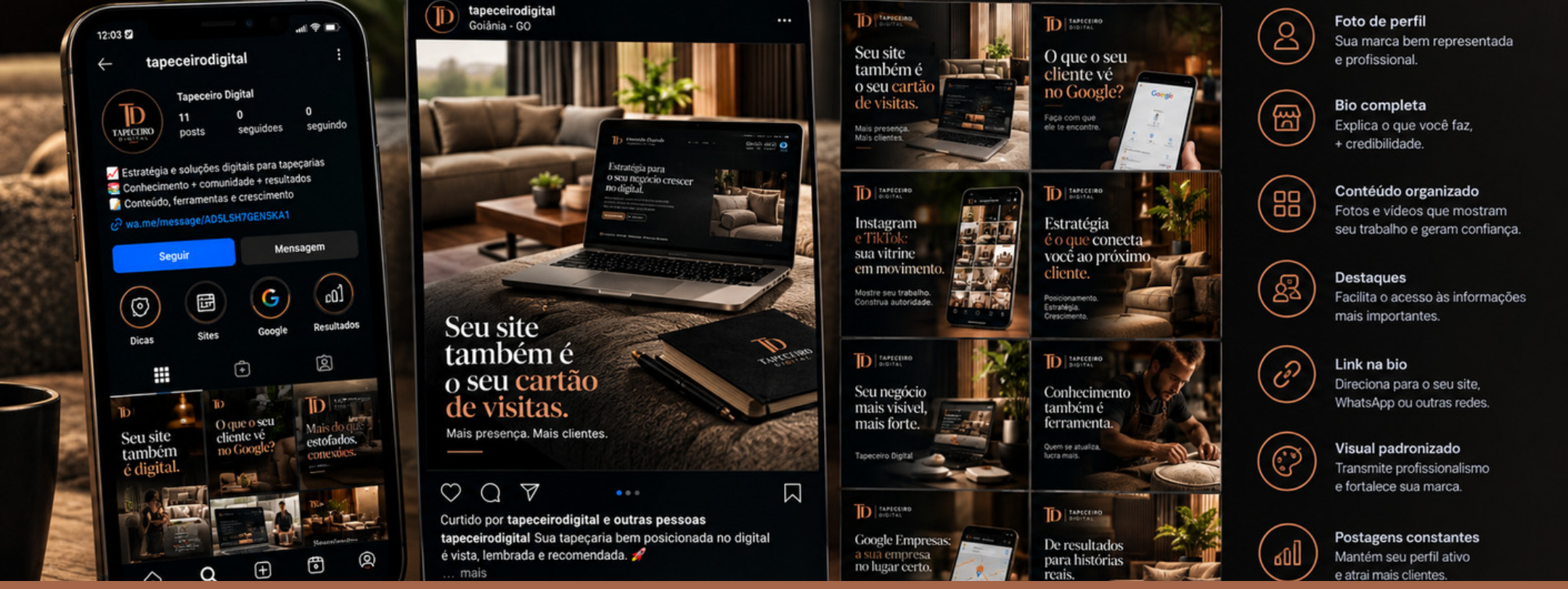


Erros que fazem o cliente sumir ⚠️

- Demorar horas para responder.
- Responder só “bom dia” e desaparecer.
- Falta de educação/respeito.
- Mandar áudios longos sem organizar as informações.
- Perfil sem foto e sem descrição.
- Misturar conversa pessoal com a do negócio.
- Não ter controle de quem tem acesso ao número da empresa.

> **FAÇA HOJE**
>
> Configure a mensagem de saudação e 3 respostas rápidas. Ative também a verificação em duas etapas do WhatsApp para proteger o número da empresa.

O cliente já chegou e já gostou. Falta uma última checagem: essa empresa é ativa mesmo?



CAPÍTULO 5 - INSTAGRAM

Instagram profissional

É a vitrine viva da sua tapeçaria: fotos e vídeos do seu trabalho, sempre atualizados.
O cliente que viu seu Google e seu site abre o Instagram para conferir: tem trabalho de verdade? Tem gente trabalhando? Posta com frequência?
Um perfil com publicações recentes de serviços prontos mostra que a empresa está ativa. Um perfil parado, ou só com arte de promoção, gera dúvida.

> **Você não precisa de milhares de seguidores. Precisa de um perfil claro, bonito e atualizado.**



O que não pode faltar no Instagram

- Conta profissional (libera categoria e botões de contato)
- Foto de perfil nítida: sua logo
- Nome fácil de achar: empresa + tapeçaria + cidade
- Bio em 3 linhas: o que faz, onde atende, como chamar
- Link na bio: WhatsApp ou site
- Destaques: Orçamento · Antes e depois · Avaliações · Onde atendemos
- Mesma identidade visual em todo o feed
- Posts que mostram o trabalho: antes e depois, processo, resultado final
- Frequência realista: 3 a 4 posts por semana, sem sumir
- Responda comentários e mensagens

EXEMPLO DE BIO

“Reforma e fabricação de sofás, poltronas e cabeceiras · Atendemos [cidade e região] · Orçamento pelo WhatsApp”



Erros comuns no Instagram

- Usar perfil pessoal em vez de profissional.
- Bio vazia ou confusa.
- Postar só promoção e nunca mostrar o trabalho.
- Fotos escuras ou sem padrão.
- Comprar seguidores: parece grande, mas não vende e passa desconfiança.
- Ficar semanas sem postar.
- Deixar mensagens sem resposta.

> **FAÇA HOJE**
>
> Revise a sua bio com 3 informações (o que faz, onde atende, como chamar) e coloque o link do WhatsApp.

O Instagram mostra o trabalho parado. O TikTok mostra o trabalho em movimento.



CAPÍTULO 6 - TIKTOK

TikTok: o trabalho em movimento

É uma rede de vídeos curtos. Muita gente usa para se divertir e também para buscar ideias e serviços.
Ver um sofá velho virando um sofá novo prende a atenção. O vídeo mostra o trabalho acontecendo, e isso passa uma confiança que a foto sozinha não passa: o cliente vê que você sabe o que faz.
Pode fazer lives e ser remunerado por isso também, além de mostrar seu trabalho.
Também alcança gente que ainda não conhece você, e é gratuito.

> **Não precisa dançar, nem aparecer. Basta filmar o seu trabalho.**



Como começar no TikTok sem complicar

- Mesmo nome e mesma foto do Instagram
- Bio curta: o que faz + cidade + como chamar
- Vídeos curtos, que mostram uma transformação
- Os primeiros segundos mais fortes: comece pelo sofá destruído ou pelo resultado
- Legenda simples: o que foi feito e a cidade
- Reaproveite o mesmo vídeo no Instagram (Reels)
- Celular na vertical (em pé), boa luz e áudio claro

IDEIAS DE VÍDEO

- Antes e depois
- Reforma em câmera acelerada
- Escolha do tecido
- Tirando a espuma velha
- Respondendo uma dúvida de cliente (por exemplo, como funciona o orçamento)



Erros comuns no TikTok ⚠️

- Vídeo longo e parado.
- Começar explicando em vez de mostrar.
- Conta sem bio e sem link.
- Copiar o vídeo de outra empresa.
- Desistir depois de 3 vídeos. Constância vale mais que perfeição.
- Usar música sem conferir as regras para contas de empresa.

> **FAÇA HOJE**
>
> Grave um vídeo de 20 segundos do próximo antes e depois.

Tudo no ar. Agora falta o que mais convence: o que os outros clientes dizem de você.



CAPÍTULO 7 - AVALIAÇÕES

Avaliações: a opinião que mais convence

POR QUE IMPORTA

A avaliação de um cliente vale mais do que qualquer coisa que você diga sobre si mesmo. As notas e os comentários do Google aparecem antes de o cliente falar com você. Poucas avaliações boas e reais já ajudam a decidir.

COMO PEDIR

Na hora da entrega, quando o cliente está feliz, mande o link do seu Perfil no WhatsApp.

> **MENSAGEM PRONTA**
>
> *“Que bom que você gostou! Se puder, deixa sua avaliação pra gente aqui: [link]. Ajuda muito o nosso trabalho.”*

Como responder

- Elogio: agradeça e cite o serviço feito.
- Crítica: responda com calma e educação e ofereça resolver. Quem lê vê que você é profissional.

REGRA DE OURO

Nunca compre, nunca invente e nunca ofereça desconto em troca de avaliação.



Tudo com a mesma cara

Usar o mesmo nome, o mesmo telefone, o mesmo logo e as mesmas cores em todos os lugares.

Quando o cliente vê Google, site, Instagram e TikTok parecidos, entende que a empresa é organizada e real. Se cada lugar mostra um nome, um número e um estilo diferente, vem a dúvida.

CHECKLIST

- Nome igual em todos os lugares
- Mesmo telefone e WhatsApp
- Mesmo logo e mesma foto de perfil
- 2 cores e 1 fonte repetidas
- Uma frase de apresentação (a mesma na bio e no Google)
- Perfis ligados entre si: Google → site → Instagram → WhatsApp



Erros e ação do dia

- Pedir avaliação só quando dá problema.
- Ignorar uma crítica.
- Não agradecer elogios.
- Ter um número diferente em cada lugar.

> **FAÇA HOJE**
>
> 1. Mande o link de avaliação para os 3 últimos clientes satisfeitos.
> 2. Escreva uma vez só: nome, telefone e frase de apresentação. Cole nos seus perfis.

Chegou a hora de descobrir como está o seu digital hoje.

AUTODIAGNÓSTICO

Como está o seu digital hoje?

Marque 1 ponto para cada item que você já tem.

GOOGLE (4)

- Perfil criado e verificado
- Fotos reais do meu trabalho
- Horário e telefone corretos
- Avaliações e eu respondo todas

FOTOS (2)

- Fotografo meus serviços (antes e depois)
- Guardo tudo organizado no celular

SITE (4)

- Tenho site
- Abre bem no celular
- Tem galeria de trabalhos
- Tem botão de WhatsApp

PADRONIZAÇÃO (2)

- Mesmo nome, telefone e logo em todos os lugares
- Meus perfis estão ligados entre si

WHATSAPP BUSINESS (3)

- Uso o WhatsApp Business
- Perfil completo, saudação e respostas rápidas
- Respondo em poucos minutos no horário comercial

INSTAGRAM (3)

- Conta profissional com bio clara
- Posts recentes de serviços prontos
- Link do WhatsApp na bio

TIKTOK (2)

- Tenho conta com vídeos do meu trabalho
- Posto com regularidade

Meu total: _____ de 20 pontos

RESULTADO

O que a sua pontuação diz

0 A 7 PONTOS

Base frágil

Hoje o cliente pode estar escolhendo outro tapeceiro sem você nem saber. O maior ganho está logo no começo.

8 A 14 PONTOS

Meio caminho andado

Faltam peças para passar confiança do começo ao fim da jornada.

15 A 20 PONTOS

Boa estrutura

Momento de crescer: anúncios, método de atendimento e conteúdo estratégico.

Quer ajuda para ler o seu resultado?

Mande sua pontuação no WhatsApp: (62) 99433-3551



Seu plano de 7 dias

- Dia 1 · Google: revise o perfil (nome, horário, telefone, descrição, fotos).
- Dia 2 · Fotos: tire e organize 10 fotos reais.
- Dia 3 · WhatsApp Business: configure perfil, saudação e respostas rápidas.
- Dia 4 · Instagram: ajuste bio, link e destaques; publique 1 antes e depois.
- Dia 5 · TikTok: crie ou ajuste a conta e grave 1 vídeo.
- Dia 6 · Avaliações: peça 5 avaliações e padronize nome, telefone e logo.
- Dia 7 · Site: revise o seu (ou liste o que ele precisa ter) e refaça o autodiagnóstico.

Um passo por dia. No fim da semana, a sua pontuação vai ser outra.



PRÓXIMO NÍVEL

Agora, com método

Tudo o que você viu aqui é a base. Quando ela está pronta, o próximo passo é fazer essa estrutura trazer mais clientes, com método:

- Site profissional pensado para vender
- Anúncios no Google e no Instagram
- Roteiros de atendimento e fechamento
- Estratégia de conteúdo (saber o que postar toda semana)
- Acompanhamento do que dá resultado

Isso exige método, e é o que a Tapeceiro Digital ensina em cursos e mentoria.

> **Você acabou de ver a base. Imagine o que dá para fazer com método.**



Vamos construir juntos?

Mande uma mensagem com a palavra ESTRUTURA e conte a sua pontuação do autodiagnóstico. Vamos olhar o seu caso com carinho.

Falar no WhatsApp · (62) 99433-3551

Seguir @tapeceirodigital

Siga o perfil para mais conteúdos como este.

Ofício. Estratégia. Crescimento.

TAPECEIRO DIGITAL

do ponto ao post

Ofício. Estratégia. Crescimento.

@tapeceirodigital · (62) 99433-3551