

Calendário de follow-up 10 movimentos por dia

Dez perguntas por dia que funcionam em qualquer semana, com ou sem CRM, com ou sem relatório na mão. O esqueleto é sempre o mesmo. O que muda é o foco da semana.

Por que dez, e por que sempre os mesmos. Follow-up que muda de formato toda semana vira reunião. Follow-up que repete o mesmo movimento todo dia vira hábito, e hábito é o que sobrevive na semana corrida. Estes dez cabem em **menos de uma hora somada**, em mensagens curtas de WhatsApp, sem precisar juntar ninguém.

01 Os dez movimentos do dia

Horários sugeridos, não obrigatórios. O que importa é a ordem: começa em lead quente, passa por gente, termina em número.

07h50

O lead que entrou de madrugada

VOCÊ MESMO · ANTES DE QUALQUER COISA

"Quem entrou depois das 22h de ontem e ainda não foi chamado?"

Metade dos leads do Veredas cai entre meia-noite e 5h, e o padrão se repete na Like. Lead que dorme na fila até as 10h chega frio no primeiro contato. Este é o único movimento do dia que não pode atrasar.

09h00

O corretor da vez

UM POR DIA, EM RODÍZIO · NUNCA O GRUPO

"Me conta o último lead que você falou ontem. O que ele te disse?"

Pergunta aberta, sobre um caso concreto, e não sobre número. Quem está trabalhando responde na hora e com detalhe. Quem não está, enrola. Você descobre a operação inteira sem cobrar ninguém. Em rodízio, cada corretor é ouvido uma vez por semana e ninguém se sente perseguido.

10h00

A visita de hoje

GIVAGO (LOTE) OU MIZIA (APARTAMENTO)

"Quem visita hoje, e essa visita já está confirmada com a pessoa?"

Visita agendada e visita confirmada são coisas diferentes, e a distância entre as duas é onde o dia se perde. Confirmar de manhã salva a tarde.

11h00

O lead que esfriou

VOCÊ ESCOLHE UM DA BASE, TODO DIA UM DIFERENTE

"O que aconteceu com este aqui?"

Pegue um lead de sete dias ou mais sem movimento e pergunte sobre ele, nominalmente. Um por dia. Em um mês são vinte leads resgatados do esquecimento, e o time aprende que lead parado é notado.

12h00

O criativo que está puxando

DANIEL · MARKETING

"Qual peça está trazendo mais gente hoje, e o que ela promete?"

A segunda parte da pergunta é a que importa. Se a peça promete uma coisa e o corretor entrega outra, o lead chega com a expectativa errada e o time acha que o lead é ruim. Quase sempre não é o lead, é a promessa.

14h00

A proposta parada

QUEM ENVIOU A PROPOSTA

"Desde quando essa proposta está sem resposta, e qual foi a última coisa que a pessoa falou?"

Proposta enviada e silêncio de três dias é negócio morrendo devagar. A última fala do cliente quase sempre contém a objeção real, que costuma não ser preço.

15h00

O gestor da vez

MIZIA NOS DIAS PARES · GIVAGO NOS ÍMPARES

"O que travou hoje que eu poderia destravar?"

Pergunta de gestor para gestor, sem cobrança. Ela transfere o problema para você em vez de deixar apodrecer no time. E ensina os dois a trazerem travas em vez de desculpas.

16h00

Arantxa · a operação por dentro

ARANTXA · VERTICAL

"O que está chegando errado até você?"

Quem opera enxerga o defeito antes de quem gerencia: lead duplicado, telefone quebrado, corretor sem retorno, material desatualizado. Essa pergunta transforma reclamação em relatório, e ela sempre tem resposta.

17h00

Daniel · o que vai ao ar amanhã

DANIEL · CONTEÚDO E MÍDIA

"O que sobe amanhã e para qual produto?"

Evita o buraco de conteúdo e, principalmente, evita que a mídia empurre um produto que o comercial não está preparado para atender naquela semana. Alinhar isso às 17h custa um minuto e economiza um dia.

18h00

O número do dia

VOCÊ, SOZINHO · SEM MANDAR PARA NINGUÉM

"Quantos entraram, quantos foram atendidos, quantas visitas ficaram de pé?"

Três números, anotados no mesmo lugar todo dia, em qualquer caderno. Em duas semanas você enxerga a tendência sem depender de painel nenhum. Este é o movimento que torna todos os outros nove verificáveis.

02 O foco que atravessa cada dia

A estrutura é fixa, mas cada dia tem uma lente. Isso impede que dez perguntas diárias virem burocracia repetida.

DIA	LENTE	A PERGUNTA EXTRA QUE VOCÊ ACRESCENTA
Segunda	Velocidade	"Quanto tempo levou o primeiro contato do lead mais recente?"
Terça	Visita	"Quantas visitas estão marcadas para esta semana?"
Quarta	Objeção	"Qual foi o não mais repetido nesta semana?"
Quinta	Proposta	"O que falta para fechar o que está mais perto?"
Sexta	Base antiga	"Quem da base de 90 dias merece uma segunda chamada?"
Sábado	Plantão	"Quem está de plantão e com qual material na mão?"
Domingo	Leve	Só o movimento das 07h50 e o das 18h. O resto descansa.

03 As perguntas coringa

Quando você não souber o que perguntar, ou pegar alguém de surpresa no corredor, qualquer uma destas funciona sozinha.

PARA CORRETOR E CONSULTOR

- › "Qual o seu lead mais quente agora e por quê?"
- › "Se eu te desse dez leads agora, você daria conta?"
- › "Quantos você chamou hoje e quantos te responderam?"
- › "Qual foi o último não que você levou?"
- › "O que você precisa que ninguém te deu ainda?"

PARA GESTOR

- › "O que travou hoje que eu poderia destravar?"
- › "Quem no time está indo bem e ninguém percebeu?"
- › "Se a meta dependesse só de hoje, o que faltaria?"
- › "O que a gente parou de fazer e fazia falta?"
- › "Qual produto está mais fácil de vender agora?"

PARA MARKETING

- › "Qual peça está trazendo mais gente, e o que ela promete?"
- › "O que a gente prometeu que o comercial não consegue entregar?"
- › "Que pergunta o lead faz que a peça já deveria responder?"
- › "O que subiu na semana passada e ninguém olhou o resultado?"
- › "Qual produto está sem material decente?"

PARA VOCÊ MESMO, ÀS 18H

- › "O lead de hoje foi atendido em menos de uma hora?"
- › "Alguma visita caiu e ninguém remarcou?"
- › "O que eu prometi hoje e não entreguei?"
- › "Que decisão está parada esperando o Léo?"
- › "O que eu faria diferente se amanhã fosse o último dia do mês?"

04 As três regras que fazem funcionar

Um por vez, nunca no grupo. Pergunta feita no grupo recebe resposta de vitrine. A mesma pergunta no privado recebe a verdade. O rodízio existe justamente para você falar com todo mundo sem falar com todos ao mesmo tempo.

Pergunte sobre o caso, não sobre o número. "Quantos leads você atendeu?" produz um número inventado em três segundos. "Me conta o último lead que você falou" produz uma história, e história não se inventa sem hesitar. O número você tira depois, do sistema.

Toda resposta gera uma ação sua, ou a pergunta morre. Se o corretor disser que falta material e nada acontece, na semana seguinte ele responde qualquer coisa. Follow-up sem contrapartida vira fiscalização, e fiscalização o time aprende a driblar.

O que este calendário não resolve. Ele organiza acompanhamento, não substitui oferta nem produto. Se o lead trava por preço ou por condição de pagamento, nenhuma pergunta diária conserta isso, e insistir só desgasta o time. Quando a mesma objeção aparecer três dias seguidos na lente de quarta, o assunto muda de mesa: vira conversa com o Léo, não cobrança com o corretor.

05 Como rodar na primeira semana

1. > **Escolha três dos dez** para começar: 07h50, 09h e 18h. São os que sustentam o resto.
2. > **Faça por cinco dias seguidos** antes de acrescentar qualquer outro. Consistência antes de completude.
3. > **Anote os três números das 18h no mesmo lugar**, todo dia, mesmo que seja no bloco de notas do celular.
4. > **Na segunda semana, acrescente o das 11h e o das 15h.** Aí você já tem base para comparar.
5. > **Só depois disso ligue os dez.** Quem começa com os dez de uma vez abandona na quarta-feira.

Like Imobiliária · rotina de follow-up. Vertical (apartamento e MCMV) com Mizia e Arantxa; horizontal (Ventura, Ipês, Reserva Boa Vista) com Givago; marketing com Daniel. Funciona no papel, no WhatsApp ou no CRM. A ferramenta é indiferente.