

# Guia prático:

## Vendas consultivas para corretores de seguros

Vá além da cotação e construa relacionamentos duradouros: domine a arte da escuta, análise, proposta e acompanhamento para se tornar o parceiro de confiança do seu cliente



## O ciclo da venda consultiva para corretores de seguros

1

### Escuta ativa e empática: a base do relacionamento

**O que é:** muito mais do que ouvir, é compreender profundamente as necessidades, medos, sonhos e objetivos do seu cliente. É a fase onde você se torna um "investigador" das dores e anseios.

#### Dicas essenciais

**Perguntas abertas:** fuja do "sim" ou "não". Pergunte "O que te preocupa em relação ao futuro?", "Como você imagina a segurança da sua família ou negócio nos próximos anos?", "Quais são seus maiores ativos e como você os protege hoje?".

**Silêncio estratégico:** não tenha medo do silêncio. Ele muitas vezes permite que o cliente organize os pensamentos e revele informações importantes.

**Observe a linguagem corporal:** gestos, expressões e postura podem dizer tanto quanto as palavras.

**Anote tudo:** detalhes fazem a diferença. Crie um perfil completo do cliente, incluindo hobbies, família, tipo de negócio, etc.

**Valide o entendimento:** repita o que você entendeu para o cliente ("Se eu entendi bem, sua principal preocupação é X..."). Isso mostra que você realmente ouviu.

### Análise profunda e diagnóstico: a experiência em ação

2

**O que é:** com as informações coletadas, é hora de cruzar dados, identificar lacunas na proteção atual e mapear os riscos específicos do cliente. Aqui, seu conhecimento técnico brilha.

#### Dicas essenciais

**Identifique riscos e oportunidades:** pense em cenários. Para um empresário, quais são os riscos operacionais? Para uma família, quais são os riscos financeiros em caso de imprevisto?

**Compare e contraste:** se o cliente já tem seguros, analise as apólices existentes. Onde há sobreposição? Onde há desproteção?

**Personalize, não padronize:** cada cliente é único. Evite soluções "de prateleira". A análise deve levar a uma solução sob medida.

**Utilize ferramentas:** simule cenários, use calculadoras de risco (se aplicável), e tenha dados de mercado para embasar sua análise.

**Prepare argumentos claros:** organize os pontos-chave da sua análise de forma lógica e fácil de entender para o cliente.

3

### Proposta de valor e solução: a oferta irresistível

**O que é:** apresentar a solução de seguro não como um produto, mas como a resposta direta às necessidades e preocupações levantadas na escuta e análise. Foco nos benefícios, não nas características.

#### Dicas essenciais

**Conecte produtos com as dores:** "Lembra que você mencionou sua preocupação com X? Esta cobertura Y resolve exatamente isso, garantindo que você tenha Z."

**Linguagem clara e simples:** evite o "segurês". Explique termos complexos de forma didática.

**Visualização de cenários:** ajude o cliente a visualizar o impacto positivo da sua solução. "Imagine se isso acontecesse... com este seguro, você teria a tranquilidade de..."

**Opções, não pressão:** apresente de duas a três opções que se encaixem no perfil e orçamento do cliente, explicando os prós e contras de cada uma.

**Seja transparente:** preços, condições, exclusões – tudo deve ser claro. A confiança é fundamental.

**Valorize seu serviço:** lembre o cliente que ele não está comprando apenas um seguro, mas sua consultoria, seu suporte e sua expertise.

### Análise profunda e diagnóstico: a experiência em ação

4

**O que é:** a venda não termina na assinatura da apólice. O acompanhamento constante e um pós-venda de excelência são o que transformam um cliente em um defensor da sua marca.

#### Dicas essenciais

**Comunicação regular:** não espere o sinistro. Envie felicitações de aniversário, dicas de segurança, notícias relevantes do mercado.

**Revisão periódica da apólice:** as necessidades do cliente mudam. Programe revisões anuais para ajustar as coberturas e garantir que o seguro ainda é o ideal.

**Suporte no sinistro:** este é o seu momento de brilhar. Seja proativo, ágil e empático na hora que o cliente mais precisa.

**Peça feedback:** pergunte como você pode melhorar. Isso demonstra humildade e compromisso com a excelência.

**Incentive indicações:** clientes satisfeitos são sua melhor propaganda. Peça indicações e recompense-as (com um agradecimento sincero ou um pequeno gesto).

**Eduque o cliente:** ajude-o a entender melhor o próprio seguro, como acionar, o que está coberto, etc.

## Domine cada etapa e transforme sua carreira!

Compartilhe este guia com outros corretores e ajude a elevar o nível do nosso mercado.