

Como simplificar a linguagem de seguros para seu cliente

Transforme o "segurês" em clareza, construa confiança e facilite a decisão de compra do seu cliente



Mudança de foco

O cliente não se interessa por termos técnicos; ele compra solução e tranquilidade.

Evite o jargão:

Não comece a conversa definindo termos técnicos. Comece definindo riscos e soluções.

Nova regra:

Venda benefícios e proteção e só depois explique os mecanismos e termos técnicos.

Erro comum:

O cliente se sente confuso com a linguagem e, por insegurança, acaba adiando ou desistindo da contratação.



Traduções no discurso

Use as seguintes traduções no seu discurso diário.

Prêmio

- Tradução simples:** "O preço total do seu seguro."
- Fale assim:** "Este é o valor total que você investe durante um ano inteiro para garantir que estará protegido contra [cite o risco principal]."

Sinistro

- Tradução simples:** "A hora em que você vai usar o seguro."
- Fale assim:** "Se algo acontecer, como [dê um exemplo específico: batida, enchente, doença], este é o momento de nos ligar. É para isso que você está pagando."

Franquia

- Tradução simples:** "A sua participação no conserto."
- Fale assim:** "Em caso de dano, você paga esta pequena primeira parte, e a seguradora cobre o restante. É uma forma de baratear o seu seguro anual."

Indenização

- Tradução simples:** "O dinheiro ou o serviço de reparo que você recebe."
- Fale assim:** "É a garantia de que vamos repor o seu bem ou pagar o tratamento, até o limite acordado, para que você não precise tirar dinheiro do bolso."

Vigência

- Tradução simples:** "O prazo de validade da sua proteção."
- Fale assim:** "A sua proteção começa agora e tem validade por um ano. No final do prazo, conversamos sobre a renovação."

Técnicas para conexão e confiança

Crie imagens mentais e use analogias simples.

Exemplo: diga que o seguro é um "guarda-chuva financeiro" ou uma "reserva de emergência garantida".

Enquadre o risco e a solução.

Exemplo: "Se o seu telhado for danificado pela tempestade, então a seguradora paga o reparo."

Conecte o termo ao contexto de vida do cliente.

Exemplo: se o cliente tem filhos, foque no beneficiário e na proteção familiar.

Lembre-se: A clareza da sua explicação é o primeiro passo para o cliente confiar na sua recomendação e no seu trabalho. Simplifique a linguagem e venda proteção, não produtos