

Venda Seguro de Vida

sem ser
especialista

Rapha Silva

Canal Mais
Seguro

Oferecimento





Rapha Silva

(Raphael Silva)

Life Planner da Prudential
do Brasil - 2010 até 2015

Reconhecimentos:

Barcelona - ESP

Flórida - EUA

Nova Iorque - EUA

Gerente Comercial - MAG
Seguros - 2015 - 2020

Reconhecimentos:

Amsterdã - HOL (Campeão de
Vendas)

Rio de Janeiro - BRA (Destaque
Galo de Ouro)

- CEO da Grou
- Corretora de Seguros**
- Sócio Fundador do
- Canal Mais Seguro**





Como vender Seguro de Vida sem ser um especialista?

Esse e-book tem como intuito, ser quase um “bate-papo”, então vou evitar muito “segurês” abordagens muito rebuscadas ou excessivamente técnicas, pois ele deve ser de fácil e prazerosa leitura.

Algumas reflexões válidas para início do contexto:

Você possui um Seguro de Vida para te proteger e amparar a sua família?

Você trabalha o Seguro de Vida como carro chefe da corretora?

Você se vê em um patamar de especialista no produto?

Sempre faço esse tipo de pergunta, pois, normalmente esse é o retorno, a pequena minoria dos corretores são especialistas e, obviamente, a grande maioria não são e aí fica a perguntinha:

POR QUE? QUAIS AS MAIORES DIFICULDADES? QUAIS OS PERCALÇOS?

Vender Seguro de Vida pode ser uma tarefa bastante desafiadora para muitas pessoas, principalmente para aquelas que estão começando a atuar nesse mercado. Isso porque esse tipo de produto não costuma aguçar o desejo das pessoas, não é tangível e não é considerado uma necessidade imediata para a maioria das pessoas.

Além disso, muitos acreditam que o Seguro de Vida não é um produto que conversa com a cultura do brasileiro, o que pode tornar a venda ainda mais difícil. No entanto, mesmo com todas essas dificuldades, é possível aprender a vender Seguro de Vida com sucesso.

A chave para vender Seguro de Vida com sucesso é estudar, treinar e repetir as técnicas até que elas se tornem naturais. É importante compreender as características do produto, saber como ele pode beneficiar os clientes e desenvolver habilidades de comunicação eficazes.

No entanto, é importante lembrar que o sucesso na venda de Seguro de Vida não se resume apenas a dominar técnicas e habilidades de comunicação. Também é preciso entender as necessidades dos clientes e oferecer soluções personalizadas que atendam às suas necessidades.



Uma das principais dificuldades enfrentadas pelos Corretores de Seguro de Vida é a falta de interesse dos clientes pelo produto. Para superar esse desafio, é importante abordar o assunto de maneira sutil e mostrar como o Seguro de Vida pode proteger a família e garantir tranquilidade e segurança financeira em caso de imprevistos.

Outra estratégia eficaz é utilizar histórias e exemplos reais para ilustrar como o Seguro de Vida pode fazer a diferença na vida das pessoas. Por exemplo, é possível contar a história de uma família que passou por dificuldades financeiras após a perda do principal provedor da casa e como o Seguro de Vida ajudou a família a superar essa situação.

Além disso, é importante lembrar que o Seguro de Vida não é um produto que deve ser vendido apenas uma vez. É preciso manter contato com os clientes regularmente, oferecer suporte e atualizar as coberturas de acordo com as mudanças na vida dos clientes.

Para vender Seguro de Vida com sucesso, é preciso também entender que não há uma fórmula mágica que funcione para todos os clientes. Cada pessoa é única e tem necessidades e preocupações diferentes. Por isso, é preciso adaptar as técnicas de venda de acordo com as características de cada cliente.

Por fim, é importante lembrar que a venda de Seguro de Vida é uma atividade nobre e que pode fazer a diferença na vida das pessoas. Ao ajudar as pessoas a protegerem suas famílias e garantir sua tranquilidade financeira, os Corretores de Seguro de Vida estão contribuindo para a construção de um futuro melhor para todos.

Vamos começar!



Tópicos que abordaremos:

1 - Para vender Seguro de Vida você precisa comprar

2 - Conecte-se com pessoas

3 - Faça as perguntas certas

4 - Procure conhecer melhor o seu potencial cliente

5 - Conscientize sobre a vida. Não a morte

6 - Apresente a necessidade, não a proposta

PARA VENDER SEGURO DE VIDA VOCÊ PRECISA COMPRAR

Não é somente no sentido literal não, é comprar como profissional. É aquela premissa de vendas, se você não compra não adianta que você não vai vender.



Você, querido leitor, tem Seguro de Vida ativo?

Eu, sinceramente, tenho dificuldade de entender um profissional que venda algo que ele não compra (claro, tirando a questão de, se ele pode ou não comprar o produto). Essa questão se aplica a outros ramos também, mas vamos ficar somente no Vida por enquanto.

Ao trabalhar com a venda de Seguro de Vida, é essencial entender que o sucesso nesse mercado requer um comprometimento pessoal com o produto que se está vendendo. Afinal, como alguém pode convencer um potencial cliente a investir em algo que nem mesmo ele próprio tem?

É por isso que, ao vender Seguro de Vida, é importante ser um exemplo de como esse tipo de produto pode ser valioso e necessário. Ter um Seguro de Vida ativo não apenas aumenta a credibilidade do Corretor, mas também o ajuda a compreender melhor as necessidades do cliente e a oferecer soluções mais precisas.

No entanto, essa questão não se aplica somente ao mercado de Seguros de Vida. Em qualquer área de vendas, a credibilidade do Corretor é um fator crítico para o sucesso. Se você não acredita no produto que está vendendo, como pode convencer outras pessoas a investirem nele?

Recentemente, tive uma experiência que reforçou essa ideia.

Conheci um colega produtor que trabalhava há muitos anos para uma Corretora de seguros. Embora ele fosse muito bom em vender seguros de auto e saúde, nunca havia considerado a possibilidade de adquirir um Seguro de Vida para si mesmo.

Quando perguntei a ele se possuía um Seguro de Vida ativo, a resposta foi negativa. Foi então que eu sugeri que ele adquirisse um, lembrando-o de que essa seria uma forma de se proteger caso tivesse algum problema de saúde ou até mesmo falecesse.

Infelizmente, alguns dias depois, meu colega foi diagnosticado com uma doença grave. Nesse momento, percebemos que ele também não possuía um plano de saúde. Foi uma situação triste e complicada. Ainda assim, tentamos ajudá-lo a aprovar um Seguro de Vida com foco em falecimento, embora soubéssemos que seria difícil.

O que aprendemos com essa história é que não basta ser um bom Corretor de Seguro de Vida. É preciso ser um profissional comprometido e consciente da importância desse produto. Quando o Corretor de Seguros tem um Seguro de Vida ativo, ele pode se colocar no lugar do cliente e entender melhor as preocupações e necessidades de cada um deles.

Portanto, se você quer se destacar no mercado de Seguro de Vida, comece comprando um para si mesmo. Isso não apenas aumentará sua credibilidade, mas também tornará mais fácil para você oferecer soluções personalizadas e eficazes para seus clientes. Lembre-se: para vender Seguro de Vida, você precisa comprar primeiro.

Sugestão de vídeos (clique para acessar):



Aprenda a vender Seguro de Vida - (Passo 1)



Aprenda a vender Seguro de Vida - (Passo 2)



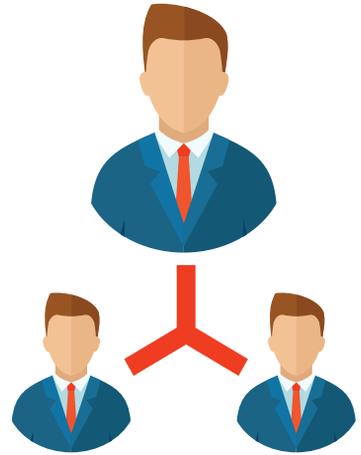
Aprenda a vender Seguro de Vida - (Passo 3)

CONECTE-SE COM PESSOAS

Conectar-se com pessoas é fundamental na profissão de Corretor de Seguros. Mesmo que não sejamos especialistas em Seguro de Vida, é necessário relacionar-se com pessoas e buscar novas conexões, afinal, essa é uma das melhores maneiras de expandir o nosso negócio.

Eu já passei por momentos de baixa nas vendas e recebimento de indicações, e por muito tempo achava que isso era uma situação natural na carreira de Corretor.

Entretanto, com o passar dos anos, percebi que não era algo normal, mas sim uma questão de escolha. Hoje, temos tantas oportunidades de nos conectar com pessoas que não podemos nos dar ao luxo de ficarmos inertes.



Felizmente, existem diversas formas de se relacionar com novas pessoas sem a necessidade de grandes investimentos. Podemos utilizar as mídias sociais para expandir nossa rede de contatos, nos conectar com vizinhos e moradores de condomínios, frequentar comércios e igrejas, participar de encontros sociais e aproveitar momentos casuais em parques e outros locais públicos.

É importante destacar que um Corretor não pode se acomodar e achar que momentos de baixa são normais. Pelo contrário, é necessário ser pró-ativo e buscar constantemente novas oportunidades de conexão. Em nossa profissão, tudo precisa estar sincronizado e ser imparável.

Ao nos conectarmos com novas pessoas, precisamos ter uma postura proativa e assertiva. Devemos ser gentis e respeitosos, demonstrar interesse pelas pessoas e oferecer soluções para suas necessidades. É fundamental construir uma relação de confiança e credibilidade,

para que essas novas conexões se transformem em novos negócios.

Em resumo, se queremos ser bem-sucedidos na venda de Seguro de Vida, precisamos nos conectar com pessoas, estar sempre atentos às novas oportunidades e ser proativos na construção de novas relações. Assim, poderemos expandir nosso negócio e ter um impacto positivo na vida de muitas famílias.

Sugestão de vídeos (clique para acessar):

-  [Prospecção Porta a Porta - PAP](#)
-  [Aumente as suas vendas com uma Pessoa Chave](#)
-  [Aprenda a aumentar o seu Network](#)

FAÇA AS PERGUNTAS CERTAS

Fazer perguntas é essencial em qualquer venda, mas no caso do Seguro de Vida, as perguntas certas podem ser determinantes para fechar o negócio. E o melhor de tudo é que não há nenhum problema em perguntar se o cliente potencial já possui um Seguro de Vida, afinal, é uma questão pertinente ao assunto.



Caso a resposta seja SIM, parabeneze o cliente potencial e continue a conversa em tom de bate-papo, fazendo perguntas que possam gerar dúvidas e, conseqüentemente, uma oportunidade de venda. Pergunte em qual seguradora ou banco ele está, há quanto tempo possui o seguro, se as coberturas e capitais segurados atendem às suas necessidades e se existem coberturas que protegem a sua geração de renda.

Por outro lado, se a resposta for NÃO, aí está uma grande oportunidade de venda. Mas antes de começar a oferecer o produto, é fundamental entender o motivo pelo qual o cliente potencial não possui um Seguro de Vida. Pode ser que ele nunca tenha considerado a possibilidade, não tenha conhecimento sobre o assunto ou acredite que não precisa.

Ao entender o porquê, é possível apresentar os benefícios do Seguro de Vida e como ele pode ser uma proteção importante para o cliente potencial e sua família. Além disso, é importante ressaltar que o Seguro de Vida pode ser uma solução acessível e personalizada, de acordo com as necessidades e perfil de cada pessoa.

Em resumo, fazer as perguntas certas é uma das principais habilidades de um Corretor de Seguro de Vida. Com essas perguntas, é possível entender o perfil e as necessidades do cliente, gerar oportunidades

de venda e apresentar soluções personalizadas e acessíveis. E isso pode fazer toda a diferença na hora de fechar um negócio.

Sugestão de vídeos (clique para acessar):



Saiba como aplicar técnicas de Empatia e Rapport no seu processo de vendas

Uma pequena pausa, para você clicar no botão abaixo e entender mais sobre nosso modelo de Assessoria/Estrutura.

(Ops! Ainda não é Corretor de Seguros e está pensando em tirar a sua SUSEP? Podemos te ajudar com isso, também!)

[Fale conosco no Whatsapp](#)

Agora, de volta pro conteúdo!



PROCURE CONHECER MELHOR O SEU POTENCIAL CLIENTE

Você está percebendo que existe um passo a passo e uma espécie de transição? E de verdade, até agora não nos utilizamos de técnicas de vendas, estamos evoluindo de forma natural com o cliente potencial e nesse momento, quando chegamos nesse passo, caso não o conheçamos a fundo, o ideal é coletarmos o máximo de informação relevante do mesmo e novamente fazendo perguntas, fazendo um “bate-papo”. Em um tom de conversa, você recebe muitas informações que são extremamente relevantes para elaborar um estudo. Em um “bate-papo” é possível ter uma noção sobre:



A estrutura familiar: pergunte se é casado, tem filhos, se trabalham juntos.

O trabalho: há quanto tempo está atuando no ramo/setor, número de colaboradores, etc.

As despesas: pergunte se os filhos estudam (há depender da idade), quais cursos fazem, etc.

Renda: tendo uma noção sobre as despesas, dá para mensurar quanto ganha. Alguns profissionais acham invasivo perguntar a renda (eu discordo), mas nesse primeiro momento, sabendo o que o cliente potencial faz, sua profissão ou cargo dá para ter uma noção.

E aí, vamos partir para o que eu chamo de passo mais sensível, que é o momento do despertar, o momento em que o cliente potencial ou o seu prospect precisa entender que precisa de um Seguro de Vida. É importante lembrar que esse passo deve ser conduzido com cuidado e de maneira estratégica, para que o mesmo não se sinta pressionado ou desconfortável. Algumas dicas para ajudar nesse

momento são:

Utilize histórias de sucesso: conte casos reais de pessoas que se beneficiaram do Seguro de Vida e como isso fez a diferença em suas vidas. Mostre a importância do Seguro de Vida: explique que ele é uma forma de garantir padrão de vida e a segurança própria e conseqüentemente da família em caso de imprevistos.

Demonstre como você trabalha e pode ajudá-lo a tomar decisão de se proteger e conseqüentemente proteger a sua família.

Lembre-se sempre de que cada cliente é único e que é necessário adaptar a abordagem de venda de acordo com suas características e necessidades específicas. Com essas dicas e um pouco de prática, você estará mais preparado para conduzir um diálogo produtivo e conquistar mais clientes para sua corretora de seguros.

Sugestão de vídeos (clique para acessar):



Conheça o seu cliente e isso não é um clichê

CONSCIENTIZE SOBRE A VIDA. NÃO A MORTE

Nesse momento, além de ser o momento mais sensível, é exatamente aqui que a venda acontece, é aqui que precisamos utilizar um pouco da emoção, criar cenários, contar casos reais (caso você tenha). Se utilizar das informações que ele já passou para que você desperte a necessidade dele em contratar um Seguro de Vida.



Eu utilizo as informações que ele passou para que ele possa se ver na situação, então por exemplo, em que o potencial cliente hipoteticamente, se chama Luis:

“Luis, aproveitando que estamos falando sobre Seguro de Vida, eu pensei aqui, se você parasse hoje, sofresse um acidente, você consegue imaginar como seria? A continuidade da formação dos seus filhos? As suas despesas? Sem contar que naturalmente iriam aumentar pelo fato de você não estar gerando renda por um tempo, me diga, como essas despesas seriam pagas? Haveria um alto impacto financeiro certo?”

Nesse momento, é importante criar um ambiente de empatia, para que o cliente potencial se sinta confortável em compartilhar seus medos e preocupações com você. Mostre que você está ali para ajudá-lo a resolver seus problemas e proteger o que é importante para ele.

Use histórias reais ou fictícias que possam fazer o cliente potencial se colocar na situação e perceber que não está imune a acontecimentos inesperados. Dessa forma, você pode mostrar a importância de se proteger e garantir a tranquilidade da família, mesmo em momentos difíceis.

Naturalmente você vai sentir que o cliente potencial se sensibilizou, percebe olhando nos olhos dele, não tem como não se sensibilizar, se imaginando dentro da situação. E aí é o momento em que você pega o gancho para oferecer para ele a oportunidade de conhecer

um estudo sem compromisso, basta solicitarem:

Nome:

Data de Nascimento ou idade:

CPF:

Contatos:

Afinal, a profissão você já tem e a renda você consegue estimar pela conversa que tiveram. É importante lembrar que o objetivo aqui não é apenas vender o produto, mas sim ajudar o cliente potencial a tomar uma decisão consciente e informada. Com as informações coletadas, você pode elaborar um estudo personalizado, que atenda às necessidades específicas de cada cliente, e apresentar uma proposta clara e objetiva.

Lembre-se sempre de que o Seguro de Vida não é apenas um produto, mas sim uma forma de garantir a proteção e o bem-estar daqueles que amamos. Portanto, seja sempre ético e transparente em suas abordagens, e trabalhe para construir um relacionamento de confiança e parceria com seus clientes.

Sugestão de vídeos (clique para acessar):



Ingrediente especial para vender muito Seguro de Vida

APRESENTE A NECESSIDADE, NÃO A PROPOSTA

Depois que temos as informações necessárias é só elaborar o estudo (sempre levando em consideração a necessidade do cliente), ou seja, aquilo em que a família ficaria mais vulnerável, caso o principal pilar financeiro parasse de gerar renda ou na ausência do mesmo.



Normalmente as coberturas que não podem faltar são:

- Morte Natural ou Qualquer Causa
- Invalidez Total ou Parcial por Acidente
- Doenças Graves
- SAF
- Diária por Incapacidade Temporária

As demais coberturas, poderão ser ofertadas sem maiores problemas, mas dentro do nosso exemplo, siga sempre fazendo a conexão com o que foi falado e evidenciando o porquê do valor de capital segurado para cada cobertura.

Quero finalizar, agradecendo muito a você por investir o seu tempo em aprendizado, espero ter contribuído para que você absorva: vender Seguro de Vida é algo que não é fácil, mas é totalmente possível para quem quer atuar e, principalmente, não precisa ser um especialista basta querer proteger vidas.

Sugestão de vídeos (clique para acessar):



As coberturas de Seguro de Vida que seu cliente precisa ter

ESSE CONTEÚDO FOI RELEVANTE PARA SUA ATIVIDADE?

Então acompanhe semanalmente o **Canal Mais Seguro**.

Um espaço voltado para o desenvolvimento profissional, o enobrecimento da profissão, o refinamento das atuações e, principalmente, a interação e colaboração entre os profissionais a fim de fortalecer a nossa categoria, a nossa comunidade, pois juntos todos ficam muito mais fortes e chegamos muito mais longe.

Dúvidas;
Assessorias/Parcerias;
Mentorias;
Palestras e treinamentos.

Contato:

groucorretora@groucorretora.com.br
canalmaisseguro@gmail.com

Instagram:

[@rapha_silvabr](https://www.instagram.com/rapha_silvabr)

Inscriva-se no canal!



Canal Mais Seguro

Texto: Rapha Silva

Estruturação: Rapha Sliva / Leandro Sgobbi

Direção de arte e diagramação: Leandro Sgobbi

Imagens: Freepick/Shutterstock



