



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS  
FUNENSEG

# Venda Consultiva

## Uma nova visão sobre a venda de seguros!

Palestra - 2009  
Prof.: Rodrigo Maia



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS  
FUNENSEG



## Rodrigo Maia

*Publicitário, pós graduado em gestão e recursos humanos. Dez anos de experiência no mercado de seguros com experiência internacional e professor da Funenseg à 7 anos. Aventureiro nas horas vagas!*





ESCOLA NACIONAL de SEGUROS  
FUMENSEQ

# A Mudança nas Relações Comerciais





# A Mudança Nas Relações Comerciais

A mudança do mercado de consumo:

**Século XX** → Adoção de metodologias de trabalho e produção em série →

→ Preço dos produtos mais acessível → **Demanda criada.**

**Século XXI** → Aumento do número de concorrentes →

→ Produtos cada vez mais parecidos → **Necessidade de fidelização.**



**Mudança no Papel Comercial**



# A Mudança Nas Relações Comerciais

A mudança do mercado de consumo:



**Cenário Passado** – Alta demanda e pouca oferta.

**Vendedor**  
Tirador de Pedidos  
*Era da Transação*



**Vendedor - Consultor**  
Auxiliar de Compras  
*Era da Relação*

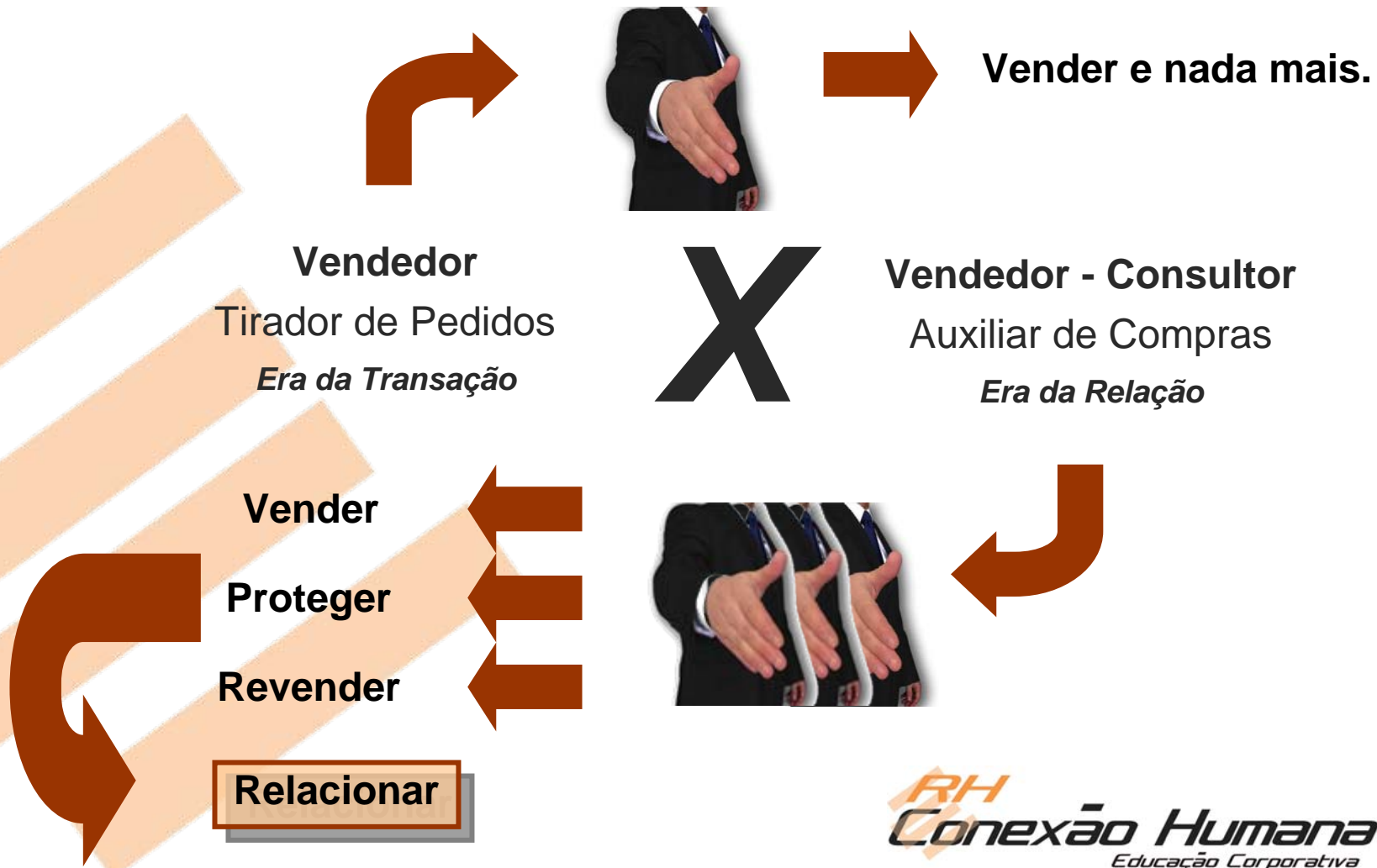
**Novo Cenário** – Alta oferta e demanda estabilizada.





# A Mudança Nas Relações Comerciais

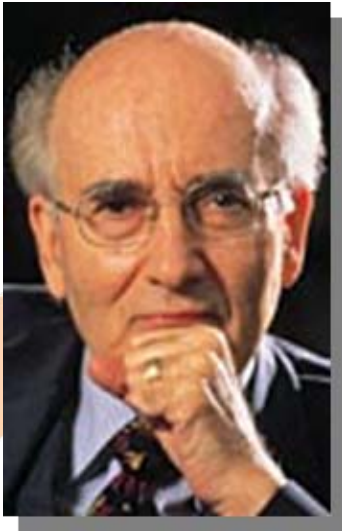
A mudança do mercado de consumo:





# A Mudança Nas Relações Comerciais

## Alteração da Definição de Marketing



**De:** “Marketing é a arte de conquistar e manter clientes”.

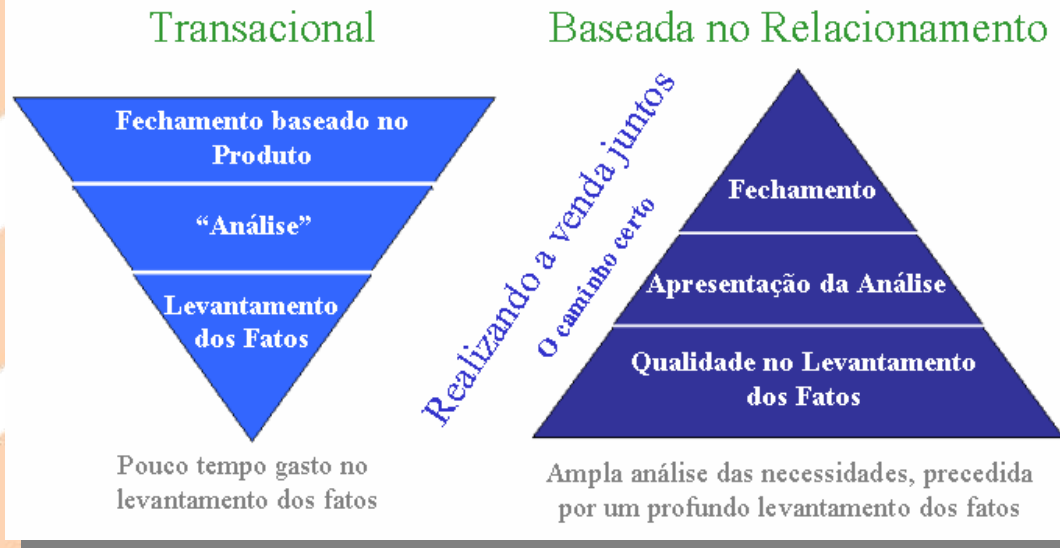
**Para:** “Marketing é a ciência e a arte de conquistar e manter clientes e desenvolver relacionamentos lucrativos com eles”.



# A Mudança Nas Relações Comerciais

## John Lensi - MDRT (Million Dollar Round Table)

### Concluindo a Venda



*O vendedor “transacional” “vende”... enquanto o profissional centrado no relacionamento “ajuda o cliente a comprar”.*

**John Lensi**





# A Mudança Nas Relações Comerciais

## Transação x Relação – análise comparada

Características	Era da Transação	Era da Relação
<b>Objetivo</b>	Vender de qualquer maneira, mesmo que o cliente não retorne nunca mais.	Pode perder uma venda, mas não perde o cliente.
<b>Foco</b>	Na transação.	Na relação.
<b>Negociação</b>	Ganha-perde.	Ganha-ganha.
<b>O profissional é...</b>	Vendedor.	Vendedor-consultor.
<b>Relação</b>	“Salve-se quem puder”.	De amizade.
<b>Ética</b>	Facultativa.	É um requisito fundamental.
<b>Retorno/Lucro</b>	Imediato, em cada transação.	Nem sempre no ato, mas, sim, a médio e longo prazo.
<b>Vantagens</b>	“Eu” ganho.	“Nós” ganhamos.

Retirado do livro *Correndo por Abraço*.



# A Mudança Nas Relações Comerciais



Cliente satisfeito com o serviço



Cliente insatisfeito com o relacionamento

**Vulnerável**

**Leal**

Cliente satisfeito com o relacionamento



**Sabotador**

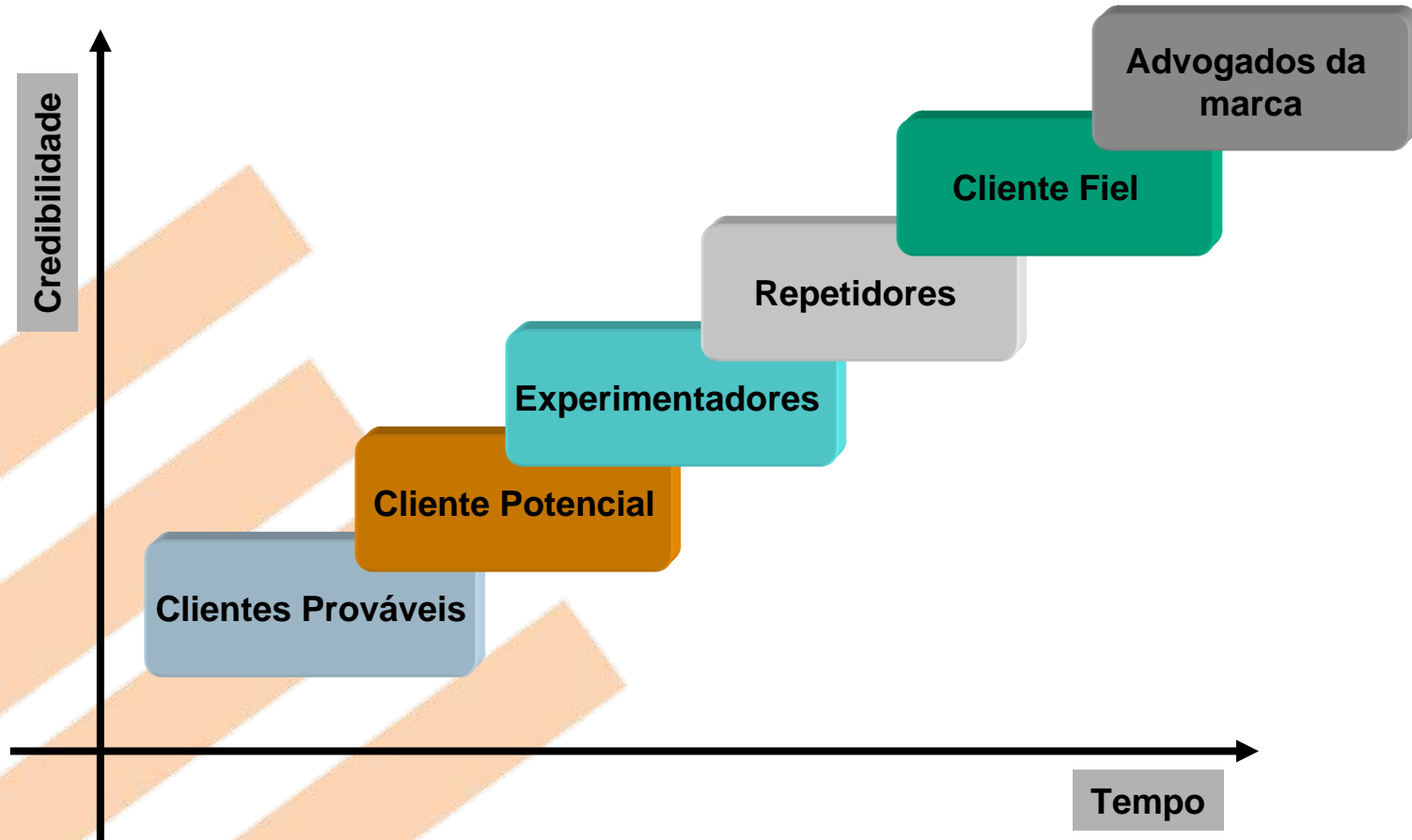
**Esperançoso**

Cliente insatisfeito com o serviço





# A Mudança Nas Relações Comerciais





**E na sua carteira de  
clientes???**

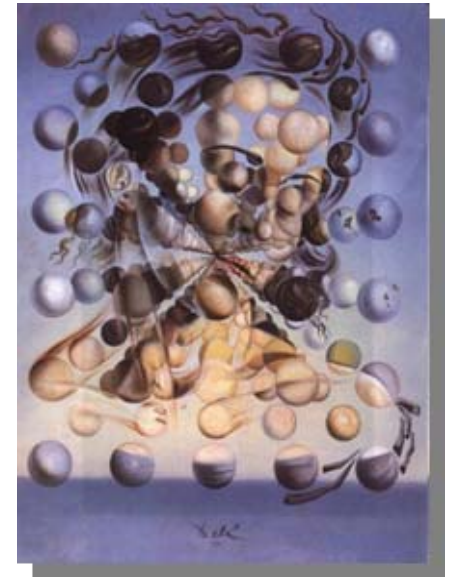
***Eles são fiéis???***





ESCOLA NACIONAL de SEGUROS  
FUMENSEQ

# O Conceito da Linha da Vida







# O Conceito da Linha da Vida



Nascimento

0

Faculdade

4

Estudos

18

Estágio

20

Efetivação

22

Carro

24

Casamento

28

Promoção

30

Apartamento

32

Demissão

34

Filho

38

Recolocação

39

Filho

40

Promoção

Casa de Veraneio

42

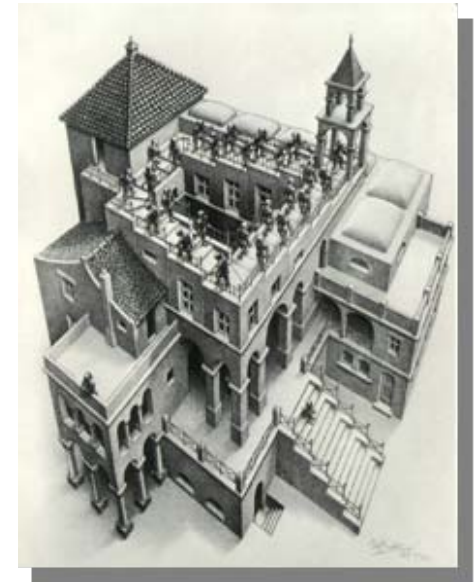
Aposentadoria

50

60



# A Estrutura da Venda Consultiva





# A Estrutura da Venda Consultiva



## 1 Preparação

A base para a venda correta



## 2 Abertura

Não existe uma segunda chance para uma primeira impressão



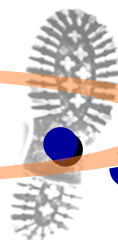
## 3 Sondagem

Entendendo a necessidade do cliente



## 4 Solução

Hora do show! Mostre para o cliente porque você é diferente!



## 5 Negociação

Alinhando as expectativas



## 6 Fechamento

A hora da verdade



# A Estrutura da Venda Consultiva



## 1 Preparação

A base para a venda correta

Com a velocidade com a qual as coisas estão mudando, é fundamental que você se prepare diariamente para exercer a sua função:

- Jornais;
- Revistas;
- Internet;
- Prospectos;
- Tele-jornais;
- Livros;
- Cursos...

**Inclua isso no seu planejamento diário e veja a diferença!!!**



# A Estrutura da Venda Consultiva



## 1 Preparação

A base para a venda correta

O que o cliente quer reunindo-se comigo?  
O que eu desejo visitando esse cliente?  
Como eu posso ajudar esse cliente?

Se já for um cliente da sua carteira, basta levantar as informações que já possui, daí a importância de manter um cadastro de clientes sempre atualizado e de fácil consulta.

Se for um prospect indicado por um outro cliente, precisamos nos acostumar a pedir mais informações sobre o indicado e não apenas seu nome.

Se for funcionário de uma empresa conhecida, podemos procurar notícias nos jornais sobre tal empresa, de forma que consigamos “pistas” sobre o cliente.





## Abertura

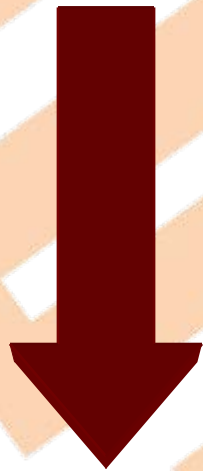
Não existe uma segunda chance para uma primeira impressão

**Apresentação Pessoal/Empresa  
Conquista da Confiança**

**Definir o Objetivo**

**Declarar a Importância do Objetivo**

**Verificar a Aceitação do Cliente**





# A Estrutura da Venda Consultiva



## 3 Sondagem

Entendendo a necessidade do cliente

*“Temos uma só língua e dois ouvidos, para que possamos falar menos e escutar mais”.*

**Diógenes**

O **objetivo da sondagem** é conseguir ter um entendimento **claro e completo das necessidades do cliente**, obtendo o seu consentimento sobre tal conclusão.

O vendedor competente escuta o que o prospect diz e traduz isso na forma de soluções.

A habilidade de fazer perguntas que revelem, lógica e eficazmente, informações importantes sobre a necessidade de um cliente é uma característica que destaca um vendedor-consultor.



# A Estrutura da Venda Consultiva



## 4 Solução

Hora do show! Mostre para o cliente porque você é diferente!

Seu **objetivo no suporte** é auxiliar o interlocutor a entender as maneiras específicas pelas quais seu produto/empresa podem satisfazer uma necessidade que ele tenha mencionado.

### CARACTERÍSTICA

Um aspecto relevante de um produto ou empresa.

### BENEFÍCIO

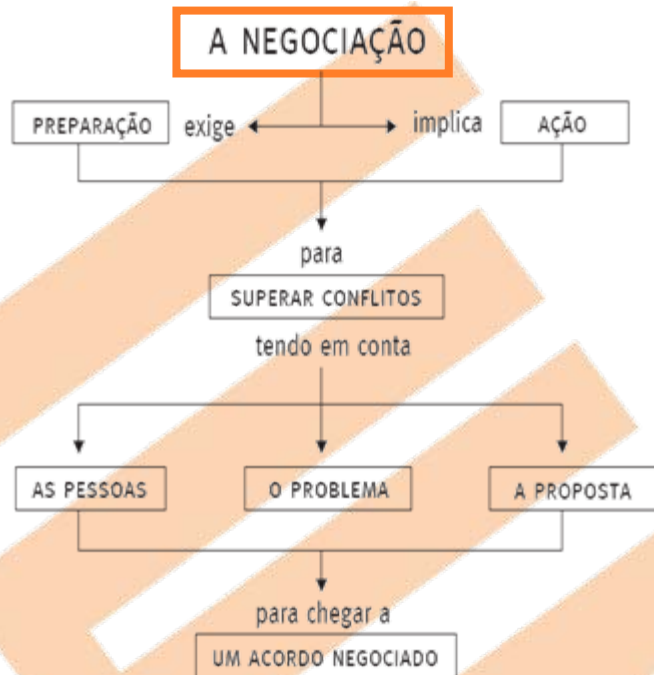
O que uma característica significa para um cliente.

# A Estrutura da Venda Consultiva



## 5 Negociação

Alinhando as expectativas



- A negociação é um processo de **comunicação bilateral** com o objetivo de se chegar a uma decisão conjunta.
- Quando duas ou mais partes precisam chegar a uma **decisão conjunta**, mas suas preferências são diferentes, elas negociam.
- A negociação está mais **presente em nossa vida** do que imaginamos.



# A Estrutura da Venda Consultiva



## 6 Fechamento

A hora da verdade

Caso você “respeite” as etapas anteriores, a conclusão acontecerá naturalmente, sem que seja necessário “forçar a barra”...

*“Fechamento é o processo de ajudar pessoas a tomar decisões que são boas para elas”.*

**Tom Hopkins**





# A Estrutura da Venda Consultiva



## 6 Fechamento

A hora da verdade

Independente do resultado alcançado na visita o fechamento sempre deverá ser feito com **CHAVE DE OURO**.

Propor os próximos passos para você e para o cliente

Verificar a aceitação do cliente

Os **ERROS** Mais Comuns em uma Conclusão

- Concluir muito cedo.
- Concluir tarde demais.
- Falar demais.
- Não fechar.



# Venda Consultiva

## Uma nova visão sobre a venda de seguros!

Palestra - 2009  
Prof.: Rodrigo Maia

E-mail para contatos profissionais:

[rodrigo@rhconexaohumana.com.br](mailto:rodrigo@rhconexaohumana.com.br)