

Vender mais consórcios é abrir portas para a realização de [sonhos](#): o primeiro carro, a casa própria, o investimento no futuro. Mas transformar essa venda em um relacionamento duradouro pode ser desafiador para alguns profissionais. Por isso, é essencial ir além do produto e construir vínculo com o cliente. E esse vínculo se consolida com três pilares: reter, revender e recomendar.

A gestora e engenheira, especialista em planejamento, Marinna Mota, durante palestra no [45º CONAC](#), reforçou que vender mais consórcios exige uma mudança de mentalidade: “Precisamos sair do vendedor de produtos e formar mais estrategistas financeiros”. Isso significa compreender o papel do consórcio na vida do cliente, uma ferramenta de planejamento, segurança e realização de projetos, e atuar como um guia durante essa jornada.

Como reter clientes e vender mais consórcio

A retenção, segundo Marinna, não acontece apenas no pós-venda. Ela começa com a escuta ativa, com o entendimento do verdadeiro objetivo do cliente. “As pessoas compram pelos nossos (vendedores) porquê e cancelam pelos porquê delas”, destacou. O segredo está em conectar a proposta de valor do consórcio com os reais objetivos do cliente. A especialista apontou três práticas que fortalecem essa etapa:

- Comunicação contínua e relevante;
- Relacionamento genuíno;
- Entrega de valor contínuo (educação, acompanhamento, evolução).

Marinna enfatizou que “educar é mais lento que vender”, mas sem esse processo, não há fidelização.

Quer saber como educar seu cliente sobre o consórcio? Conheça o canal exclusivo da ABAC, dedicado a explicar o funcionamento da modalidade: <https://consorciodeaaz.org.br/>

Revender: o cliente pode e quer comprar de novo

Marinna Mota mencionou pesquisa da Bain & Company, segundo a qual revender para um cliente atual é de 5 a 7 vezes mais barato do que captar um cliente novo.

Oportunidades de revenda surgem quando o cliente percebe que evoluir dentro do consórcio é possível. Para isso acontecer, a gestora defendeu que “é preciso mapear o ciclo de seu cliente, pois a revenda mora na continuidade”.

“Gente com visão de futuro compra sempre. E o papel do vendedor é ativar isso”, destacou Marinna.

A dica de ouro para vender mais para o mesmo cliente, segundo Marinna, é “estruturar check-ins estratégicos, com registro do histórico em CRM e oferecer evolução e não repetição”.

Recomendar: quando o cliente vira parceiro

Clientes satisfeitos recomendam. No entanto, a indicação não vem apenas de um bom atendimento, mas da geração de experiências memoráveis. “Estamos na era da atenção. O cliente quer mais que atendimento, ele quer conexão, quer se sentir parte”, disse. A palestrante sugeriu ações como grupos exclusivos de consorciados, programas de indicação e acompanhamento contínuo — estratégias que reforcem o pertencimento e a confiança.

Formação contínua para vender mais

Transformar uma venda em relacionamento exige técnica, estrutura e formação contínua. O

consórcio não é só uma cota: é uma jornada. E o vendedor que aprende a caminhar ao lado do cliente torna-se indispensável — não só para vender mais, mas para construir um negócio mais forte, sustentável e humano.

“O paladar do cliente não retrocede. E quando ele é bem atendido por um especialista, não quer outro tipo de atendimento”, concluiu Marinna Mota.

Fique ligado!

Vem aí a nova edição da Revista Sistema de Consórcios, com a cobertura completa do 45º CONAC. Um conteúdo exclusivo, que reúne os principais debates, tendências e insights que estão moldando o presente e o futuro do mercado de consórcio.

Enquanto a nova edição não chega, aproveite para baixar gratuitamente a revista com a cobertura do CONAC 2024 e mergulhar nos temas que continuam atuais e relevantes para quem vive e trabalha com consórcios. Faça o download clicando [aqui](#).

Fonte: ABAC, em 24.06.2025