

Diretor de Vendas da G4 Educação apresentou conceito de “Ciência de Vendas” e mostra como transformar operação comercial em um sistema previsível



Jonathan Souza no 6º Intercâmbio de Corretoras

A profissionalização da área comercial foi um dos temas centrais do 6º Intercâmbio para Corretoras, realizado nos dias 9 e 10 de abril, em Santo André (SP). Um dos destaques da programação foi a palestra “Ciência de Vendas”, apresentada por Jonathan Souza, diretor de Vendas da G4 Educação, que trouxe aos participantes uma abordagem estruturada para crescimento comercial no mercado de seguros.

Ao longo da apresentação, o executivo mostrou como a ausência de método ainda é um dos principais entraves para a evolução das empresas. “Vendas foi a única disciplina dentro dos negócios que não ganhou método. A gente criou nomes, ferramentas e indicadores, mas muitas vezes continua apenas olhando o resultado, sem controlar o que gera esse resultado”, afirmou.

Segundo ele, esse cenário faz com que muitos empresários tenham apenas visibilidade do negócio, mas não controle efetivo da operação.

Visibilidade não é controle

Um dos conceitos centrais apresentados foi a diferença entre acompanhar resultados e, de fato, gerenciar o que leva até eles. “Você sabe quanto vendeu no mês, quanto tem no caixa, quanto precisa pagar. Isso é visibilidade. Mas controle é saber o que precisa ser feito todos os dias para chegar nesse número”, explicou.

Para ilustrar, Souza utilizou uma analogia simples: acompanhar a nota de uma prova não garante o

resultado, mas acompanhar a rotina de estudos aumenta as chances de sucesso. No contexto das corretoras, isso significa sair do foco exclusivo no faturamento e passar a acompanhar indicadores de atividade, como número de contatos, propostas e interações com clientes.

Crescimento passa por processos

Durante a palestra, o executivo reforçou que empresas que desejam crescer precisam transformar a operação comercial em um processo estruturado. “Processo é aquilo que você consegue explicar para alguém no primeiro dia de trabalho. É o passo a passo do que precisa ser feito”, afirmou.

Segundo ele, sem essa clareza, as equipes acabam operando de forma desorganizada, o que dificulta a escala dos resultados. Souza também destacou que muitos gestores cometem o erro de exigir performance sem definir claramente o caminho. “A gente fala para o time vender mais, mas não explica o que precisa ser feito para isso acontecer.”

Processo e habilidade são coisas diferentes

Outro ponto relevante foi a distinção entre processo e habilidade – dois elementos que, segundo o palestrante, precisam caminhar juntos. Enquanto o processo pode ser definido e replicado, a habilidade depende de prática e desenvolvimento contínuo. “A habilidade se constrói com o tempo. Mas o processo precisa existir desde o primeiro dia”, explicou.

Para ele, empresas que tentam desenvolver equipes apenas com base em talento, sem estrutura, acabam limitando o próprio crescimento.

Gestão é rotina, não evento

Souza também destacou a importância da disciplina na gestão comercial, com rituais claros de acompanhamento. “Parte da agenda do gestor precisa ser dedicada a garantir que aquilo que foi definido realmente aconteça”, afirmou.

Segundo ele, reuniões semanais, acompanhamento de indicadores e alinhamentos constantes são fundamentais para manter a operação funcionando. “Negócio grande é gerenciado assim. É repetição, acompanhamento e consistência.”

Incentivo define comportamento

Outro ponto de destaque foi o papel dos incentivos dentro da operação comercial. “Incentivo é igual comportamento. As pessoas fazem aquilo que é incentivado dentro da empresa”, afirmou.

Para Souza, entender o que motiva cada profissional – seja reconhecimento, crescimento ou remuneração – é essencial para construir equipes de alto desempenho.

Método como diferencial competitivo

Durante a apresentação, o executivo também trouxe reflexões sobre a realidade dos empreendedores, destacando que o crescimento costuma acontecer de forma desorganizada no início. “Os negócios evoluem por vários fatores. Mas chega um momento em que, para continuar crescendo, é preciso organizar essa evolução”, disse.

Segundo ele, aplicar método não significa engessar a operação, mas aumentar as chances de acerto. “Você não controla o resultado final, mas consegue aumentar muito a probabilidade de chegar lá.”

Aplicação prática no mercado de seguros

Para Leandro Giroldo, CEO da Lemmo Corretora de Seguros e organizador do evento, a palestra

reforça um dos principais desafios do corretor que busca crescimento. "O corretor muitas vezes cresce na força comercial, no relacionamento, na indicação. Mas chega um momento em que, para continuar evoluindo, ele precisa organizar a operação. E é exatamente isso que a 'Ciência de Vendas' traz: método para transformar esforço em resultado", afirmou.

Segundo Giroldo, o conteúdo apresentado ajuda a aproximar conceitos de gestão da realidade do mercado de seguros. "Muita coisa parece distante no começo, mas quando o corretor entende que pode começar pelo básico – definindo processos simples e acompanhando indicadores – ele já começa a evoluir. O crescimento vem dessa consistência", destacou.

Evolução contínua

Ao final da apresentação, Souza reforçou que o desenvolvimento empresarial é um processo contínuo. "Você nunca vai estar no nível que gostaria. Todo dia aparece uma coisa nova, um desafio novo. Faz parte do jogo", afirmou.

Para ele, o mais importante é comparar a evolução ao longo do tempo. "Olhe para onde você estava antes e onde está agora. Esse é o verdadeiro progresso."

Imersão completa no funcionamento de uma corretora

A palestra integrou a programação do 6º Intercâmbio para Corretoras, evento que reuniu profissionais do setor para dois dias de imersão em gestão, vendas, marketing, tecnologia e desenvolvimento empresarial.

Além das apresentações, o encontro mostrou na prática todos os processos que estruturam o funcionamento de uma corretora de seguros, passando por áreas como comercial, financeiro, recrutamento, atendimento ao cliente, dados e sistemas.

A proposta foi oferecer aos participantes uma visão completa de como estruturar, organizar e escalar um negócio no mercado de seguros e planos de saúde.

Fonte: RUCO, em 24.04.2026