Por Diego Maia (*)



Você já ouviu falar da técnica do "mini sim"? Trata-se de uma metodologia que promove uma

conversa conduzida e estruturada por perguntas estratégicas e que vão criando no cliente a aceitação de uma ideia e a concordância com o que é proposto.

Ela consiste na criação de um fluxo de exposições e questionamentos lógicos e coerentes, sendo possível fortalecer o comprometimento do lead progressivamente, preparando o terreno para decisões maiores e aumentando a chance de sucesso do negócio por meio da concordância progressiva em vendas.

Nesse tipo de conversa, o profissional faz perguntas que validam dores reais do cliente, reforçando prioridades concretas e critérios objetivos de escolha, fazendo com que o *prospect* organize o raciocínio durante o diálogo. Com isso, a decisão vai se construindo mentalmente ao longo do diálogo e ao invés de apenas tentar convencer, o corretor se alinha com a dor do interlocutor, podendo oferecer uma solução efetiva.

Como aplicar a técnica do "mini sim"

A aplicação da técnica do "mini sim" exige preparação e domínio do processo comercial. Não é improviso, mas construção consciente de etapas que organizam o pensamento do cliente.

Primeiro é necessário se conectar ao problema com perguntas que confirmam a dor real e o impacto concreto. Um exemplo é quando o corretor investiga se determinado produto oferece a cobertura plena das necessidades do cliente ou terá grande impacto financeiro na operação. Nessa fase da interação, o objetivo não é apenas ouvir um “sim”, mas aprofundar a percepção do outro sobre o custo da inação.

Em seguida, trabalha-se a urgência e relevância da resolução no contexto do negócio. Perguntas que estimulem o cliente a refletir sobre consequências, aumento da complexidade e impacto estratégico fazem com que ele reconheça que agir é necessário.

A dinâmica da venda tem um ritmo que deve ser respeitado para que o cliente possa confiar no processo, no corretor e na solução proposta. Quando mal aplicada, a técnica do "mini sim" perde potência, portanto evite perguntas genéricas ou excessivamente óbvias e questionamentos fora do contexto, pois essas situações geram desconfiança e desviam o foco da conversa. Promover um interrogatório também prejudica a interação e impede que ela ocorra com naturalidade, com a escuta ativa necessária, aprofundamento inteligente e adaptação ao perfil do interlocutor.

Outro ponto importante é que a validação do problema não pode ser apressada, pois os argumentos apresentados soarão artificiais e superficiais, arriscando a estratégia, criando a sensação de desinteresse pelo cliente e transparecendo a intenção de fechamento antecipado do negócio.

Quando utilizar a concordância progressiva

A técnica do "mini sim" é especialmente eficaz em vendas consultivas, negociações B2B e propostas de maior valor agregado, cenários em que a decisão costuma envolver análise criteriosa, comparação entre alternativas e participação de mais de um decisor. Nessas situações, conduzir a conversa de forma estruturada aumenta a clareza do processo e reduz a incerteza do cliente.

Ao longo da reunião, pequenas confirmações estratégicas ajudam o cliente a validar etapas do raciocínio apresentado. Em vez de receber uma proposta completa de forma abrupta, ele acompanha a construção lógica da solução, reconhecendo gradualmente que cada ponto discutido faz sentido dentro do contexto da decisão.

Esse processo cria previsibilidade e gera conforto cognitivo durante a conversa. Quando o cliente entende para onde a reunião está caminhando e percebe coerência entre diagnóstico, proposta e resultado esperado, a tendência é avançar com mais segurança, sem a percepção de pressão ou de condução forçada.

Técnica do "mini sim" como autoridade

Profissionais de alta performance não aguardam objeções para reagir. Ao invés disso, constroem aceitação progressiva ao longo da conversa, organizando o pensamento do cliente antes que ele ofereça resistência.

A cada validação intermediária, o cliente enxerga uma lógica clara na condução da conversa e passa a considerar o profissional como alguém que o entende profundamente e conhece os caminhos possíveis para solucionar os problemas. Com isso, toda a abordagem ganha sentido, sem evidenciar qualquer tentativa de convencimento. O *prospect* sente que cocriou a solução necessária para o próprio negócio e assim, fortalecerá a autoridade do profissional.

Como vemos, a ideia por trás dessa técnica é de conexão real com o lead e com a dor que ele traz. O caminho passa pela escuta ativa e pela empatia convidando o cliente a pensar junto e elaborar a decisão ao longo da abordagem e não no final da conversa, quando a pressão é maior e a resposta pode não ser a ideal.

(*) **Diego Maia** é o especialista em vendas número 1 do Brasil, palestrante de vendas mais contratado do país, autor de 8 livros e apresentador do Podcast de Vendas do Diego Maia, programa publicado diariamente desde 2009. Também é fundador e líder da CDPV — Companhia de Palestras.

(20.05.2026)