Por Diego Maia (*)



Quando um cliente chega até o corretor carregando o peso de uma promessa não cumprida por

outra seguradora, o sistema nervoso dele opera em um estado de alerta que bloqueia qualquer tentativa de persuasão, o que torna a negociação desafiadora.

Nesse cenário, o processo de convencimento requer paciência e respeito ao tempo de processamento do prospect para que ele recupere a confiança num ambiente de troca comercial.

Nas primeiras interações, o julgamento do lead acontece antes mesmo que qualquer argumento técnico seja apresentado, portanto, a clareza na transmissão de informações, o jeito de falar e o tom de voz e são decisivos para prosseguir as tratativas ou interrompê-las.

Mais do que convencer, o corretor precisa refletir calma, segurança e de validar o que o cliente já viveu. Pequenos sinais, como escuta atenta e uma postura transparente, ajudam a mostrar que ali existe confiança.

Entender como o cliente reage a certos estímulos ajuda a reduzir a tensão deixada por experiências ruins, enquanto provas sociais e de autoridade demonstram que a experiência pode ser totalmente diferente e melhor. Assim, a conversa deixa de ser apenas sobre vendas e passa a ser sobre reconstruir confiança, respeitando a vivência do prospect e valorizando as escolhas dele ao longo do processo.

O peso das experiências passadas na escolha

Após uma operação frustrante, é comum a atenção recair sobre os detalhes. Promessa exagerada, enrolação ou falta de transparência já acendem um sinal vermelho, sendo assim, a objetividade no discurso é fundamental para que o comprador não tenha receio de perder tempo ou dinheiro.

Apresente as informações mais importantes da proposta, reforce os benefícios da oferta e responda todas as dúvidas sobre prazos, garantias e se possível. Lembre-se que o cliente pode chegar mais questionador e fazer diversas comparações, porém, não interprete esse comportamento como resistência´, mas como um pedido de segurança.

Outro ponto importante é a consistência. Não adianta causar uma boa primeira impressão e depois falhar na entrega ou na comunicação. Cada interação precisa reforçar a confiança construída. Sendo assim, responda no prazo, cumpra o combinado e mantenha o cliente informado. É essa sequência de atitudes que, aos poucos, substitui a desconfiança por uma relação mais sólida.

A decisão de confiar novamente é um salto que o cliente só dará se sentir que o corretor é honesto e detém as ferramentas necessárias para não repetir os erros das empresas anteriores. Essa avaliação, no entanto, será conquistada quando o profissional assumir uma postura de liderança técnica, que não deixa espaço para dúvidas.

Os gatilhos mentais devem ser utilizados para criar uma atmosfera de acolhimento, permitindo que o contratante sinta-se compreendido sobre o que o prejudicou no passado. Compreender como os estímulos de segurança e clareza impactam a tomada de decisão permite a criação de roteiros de vendas imbatíveis que desarmam as objeções mais difíceis de forma elegante e persistente.

Invista no estudo profundo desses comportamentos para se tornar o profissional que não apenas vende, mas que restaura a fé do mercado na excelência do serviço prestado, garantindo resultados consistentes e uma carreira baseada em relacionamentos duradouros.

(*) **Diego Maia** é reconhecido como o palestrante de vendas mais contratado do Brasil, Diego Maia é fundador do CDPV Palestras, conectando empresas aos melhores profissionais de eventos corporativos. Suas palestras combinam motivação, aplicação prática de estratégias e foco em resultados reais.

(20.05.2026)