



O mercado de seguros cresce e paga cada vez mais indenizações. Mesmo assim, há corretor patinando. A diferença raramente é o produto — é o comportamento comercial.

Sou Diego Maia, palestrante de vendas, e há mais de duas décadas treino times comerciais Brasil afora, inclusive de corretoras e seguradoras. Uma pergunta me acompanha em quase toda palestra para o setor: por que, no mesmo mercado, com as mesmas seguradoras e os mesmos produtos, um corretor de seguros cresce todo ano e outro vive estagnado?

O pano de fundo não ajuda a desculpa. Segundo a CNseg, o setor segurador movimentou R\$ 764,5 bilhões em 2025, alta de 1,8% sobre o ano anterior, e pagou R\$ 548,4 bilhões em indenizações e benefícios, um crescimento de 8,8%. Ou seja: há demanda, há dinheiro circulando e há proteção sendo entregue. Se o mercado cresce e o corretor não, o problema quase nunca está no mercado. Está na performance comercial.

1. Vender proteção, não preço

O corretor de alta performance não abre a conversa pelo valor da apólice. Ele abre pela consequência de não ter cobertura. Preço é o último assunto de quem vende bem — e o primeiro de quem só tira cotação.

2. Perguntar antes de cotar

O amador recebe o pedido e sai cotando. O profissional investiga: o que o cliente tem a proteger, o que ele teme perder, o que já lhe aconteceu. Cotação sem diagnóstico é loteria. Diagnóstico bem-feito é venda quase certa.

3. Fazer follow-up

A maioria das vendas de seguro não se perde no 'não'. Se perde no silêncio — a cotação que foi enviada e nunca teve retorno do corretor. Quem acompanha, fecha. Quem manda a proposta e espera, assiste o cliente fechar com outro.

4. Explorar o cross-selling

Quem tem seguro de automóvel provavelmente precisa de vida, residencial, previdência. O corretor de alta performance enxerga cada cliente como uma carteira de necessidades, não como uma apólice isolada. Vender mais para quem já confia em você é o caminho mais curto para crescer.

5. Ter constância

Alta performance não é o mês bom. É a média alta sustentada mês após mês. O corretor que prospecta só quando a carteira aperta vive de altos e baixos. O que trabalha com ritmo constante constrói previsibilidade.

Repare que nenhuma dessas cinco atitudes depende de sorte ou de talento nato. Todas se aprendem e se treinam. É por isso que insisto: vender seguro é profissão, e profissão séria se sustenta em método. O corretor que trata a venda com esse rigor não teme comparador de preço nem concorrência — ele constrói autoridade e carteira.

Não esqueça: onde tem venda, tem vida.

Diego Maia é **palestrante de vendas**, escritor com oito livros publicados — dentre eles 7 *Princípios da Venda* — e fundador da CDPV Companhia de Palestras. Desde 2003, é presença constante em **convenções de vendas** e eventos corporativos, com foco no desenvolvimento de equipes comerciais, **treinamento de vendas** e alta performance — somando mais de 1.800 palestras realizadas e 500 mil profissionais treinados no Brasil e no exterior. Apresenta o Podcast de Vendas do Diego Maia, publicado diariamente desde 2009, sempre às 7h, com mais de 2.000 episódios. Desde 2011, lidera o movimento **#SouDeVendasComOrgulho**, pela valorização e profissionalização de quem vive de **vendas** no Brasil. Seu slogan é “Onde tem venda, tem vida”.

Fontes dos dados citados: Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg); Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg); Fenacor; e IRB+Inteligência. Dados referentes a 2025 e projeções para 2026.

(14.07.2026)