

Por Diego Maia



Ouvir não é esperar a vez de falar. É a habilidade que permite ao corretor enxergar o risco que o

próprio cliente ainda não viu.

Sou Diego Maia, palestrante de vendas, e se eu tivesse que eleger a competência mais subestimada do corretor de seguros, seria a escuta. Todos querem aprender a falar melhor, a argumentar, a fechar, ter uma boa oratória e cativar o cliente pela palavra. Poucos percebem que a venda de seguro nasce, na verdade, da capacidade de ouvir com atenção verdadeira.

A diferença entre ouvir e escutar

Ouvir é passivo: o som chega aos ouvidos. Escutar é ativo: exige atenção, interpretação e presença. O corretor que apenas ouve está mentalmente montando a próxima frase enquanto o cliente fala. O que escuta de verdade capta o que foi dito — e, mais importante, o que ficou nas entrelinhas.

Por que a escuta vende seguro

Seguro é proteção contra aquilo que o cliente teme perder. E esse medo raramente vem embrulhado numa frase pronta. Ele aparece em um comentário de passagem: 'meu pai ficou doente e foi um aperto', 'esse carro é tudo o que eu tenho', 'montei esse negócio do zero'. O corretor que escuta ativamente pesca essas frases e as transforma em diagnóstico de risco — e em recomendação certa.

Como praticar a escuta ativa

Silêncio produtivo: deixe o cliente terminar sem interromper, mesmo nas pausas. Confirmação: repita com suas palavras o que entendeu ('então o que mais preocupa o senhor é a renda da família, é isso?'). Perguntas de aprofundamento: em vez de mudar de assunto, aprofunde o que o cliente trouxe. Linguagem corporal e atenção plena: nada de olhar o celular enquanto ele fala. São gestos simples, e é a soma deles que constrói a percepção de que ali há um profissional que se importa.

Escutar também constrói confiança

Num setor em que a Fenacor define o corretor como o profissional da confiança, escutar é a matéria-prima dessa confiança. O cliente que se sente ouvido baixa a guarda, fala mais e revela o que realmente importa. E quanto mais ele revela, mais precisa e mais valiosa se torna a recomendação do corretor.

A escuta ativa é uma competência que se treina, como qualquer outra. E é das que mais rendem: enquanto o mercado disputa quem fala mais alto, o corretor que sabe ouvir descobre exatamente o que precisa vender — e por quê.

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 Escola de Negócios e Seguros (ENS). Dados referentes a 2025 e projeções para 2026.

(25.08.2026)