

Em palestra para corretores de Jundiaí, Mogi e Taubaté, estrategista destacou retenção, captação e ampliação da proteção dos clientes como bases para o desenvolvimento dos negócios







Genival de Souza e Silva

O crescimento do mercado de seguros abre oportunidades para as corretoras, mas aproveitar esse movimento exige estratégia, qualificação e conhecimento das necessidades dos clientes. Essa foi a mensagem central do estrategista e professor da Escola de Negócios e Seguros (ENS), Genival Silva, durante a palestra “PDMIS Prático – A arquitetura de crescimento da corretora”, realizada no dia 7 de outubro, no auditório da ENS, em São Paulo.

Promovido pela ENS e pelo Sincor-SP, o encontro recebeu uma caravana de corretores das regiões de Jundiaí, Mogi e Taubaté. Na apresentação, Genival abordou a aplicação prática do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Intermediação de Seguros (PDMIS), relacionando as perspectivas para o setor às decisões que os profissionais precisam tomar para manter seus negócios relevantes nos próximos dez anos.

Segundo o palestrante, o crescimento das corretoras depende da combinação de três motores: captar novos clientes, reter a carteira e oferecer outras soluções de proteção para quem já é atendido. Trabalhar essas frentes de maneira integrada permite ampliar os negócios sem concentrar todo o esforço comercial na reposição de clientes perdidos. “Dentro da carteira da corretora, existe um mercado que é igual ou maior do que a corretora que você já tem hoje”,

afirmou.

Para alcançar esse potencial, Genival defendeu que o corretor conheça a vida do cliente além da apólice contratada. Compreender sua renda, patrimônio, dependentes, projetos e responsabilidades permite identificar necessidades de proteção e fortalecer uma atuação consultiva.

Relacionamento durante todo o ano

Ao abordar a retenção, o estrategista destacou que o acompanhamento precisa acontecer ao longo de toda a vigência do seguro. Deixar o contato para os últimos dias antes da renovação tende a limitar a conversa ao preço, reduzindo as oportunidades de demonstrar o valor do serviço prestado.

Genival recomendou que os profissionais comecem o aprofundamento do relacionamento com um grupo pequeno de clientes, desenvolvam um método e ampliem esse trabalho gradualmente. Nas empresas, por exemplo, conversas sobre investimentos, mudanças na operação e planos para os próximos anos podem revelar riscos e demandas ainda não contemplados pelos seguros existentes.

O professor também chamou a atenção para a necessidade de aproximar as corretoras das novas gerações. Na sua avaliação, renovar a base de clientes e adaptar a comunicação a diferentes perfis são decisões importantes para a continuidade dos negócios.

Processos antes das ferramentas

A tecnologia foi outro tema central da palestra. Genival explicou que a automação pode reduzir tarefas operacionais e devolver tempo à equipe, enquanto ferramentas de análise e relacionamento ajudam a acompanhar mudanças na carteira e antecipar necessidades. “Se você não tem processo, a tecnologia não adianta nada. Você precisa ter processo, aí a tecnologia vem”, ressaltou.

Antes de contratar um sistema, o estrategista orientou os corretores a definir o problema que pretendem resolver, organizar o processo e testar sua aplicação. Com o método funcionando, a ferramenta pode ajudar a ampliar a capacidade de atendimento e tornar a operação mais eficiente.

Como exemplo, citou o acompanhamento de um filho do segurado que atinge a idade de dirigir durante a vigência da apólice. Um alerta permite ao corretor entrar em contato, entender a nova situação e avaliar a necessidade de atualizar a proteção.

Ao encerrar, Genival reforçou a importância de escolher os públicos e segmentos em que a corretora pretende atuar, preparar as equipes e manter uma rotina de aprendizado. Para o professor, transformar a expansão do mercado em crescimento para o negócio depende de decisões concretas sobre como atender, se posicionar e acompanhar os clientes.

Fonte: DHOMO INS/Ruco Assessoria e Comunicação, em 08.10.2026.