



Estratégias práticas de marketing para corretores

Do relacionamento ao
fechamento de negócios

akad
SEGUROS

SUMÁRIO

03	Objetivo
04	Capítulo 1 Tornando-se uma autoridade em seguros
04	1.1 O que significa ser uma autoridade?
04	1.2 Benefícios da autoridade no mercado de seguros
05	1.3 Como criar conteúdos relevantes
06	1.4 Formatos de conteúdo
07	Capítulo 2 Construindo confiança – estratégias de comunicação no WhatsApp e redes sociais
07	2.1 Como utilizar o WhatsApp de forma profissional
08	2.2 Redes sociais: como criar conexão com seu público
09	Capítulo 3 Personalização de propostas para segurados
09	3.1 Como entender as reais necessidades do segurado
10	3.2 Técnicas para personalizar propostas: como oferecer soluções sob medida para cada cliente
12	Capítulo 4 Campanhas de retenção de clientes
12	4.1 Por que ir além da renovação automática?
12	4.2 Exemplos de campanhas de fidelização
14	Capítulo 5 Métricas simples para medir o desempenho
15	5.1 Indicadores essenciais para corretores de seguros
16	5.2 Ferramentas úteis para acompanhamento
17	Conclusão

O mercado de seguros evoluiu expressivamente nos últimos anos, impulsionado pela digitalização e pelo novo comportamento do consumidor.

Os corretores não podem mais depender apenas de abordagens tradicionais para conquistar e fidelizar clientes. É essencial combinar técnicas de marketing digital com um atendimento personalizado e estratégias eficazes de relacionamento.

Nos próximos capítulos, você aprenderá a:

- ▶ Construir autoridade no mercado;
- ▶ Fortalecer a confiança dos clientes;
- ▶ Personalizar propostas de acordo com cada perfil;
- ▶ Medir seu desempenho de forma simples e eficiente.

Nosso objetivo não é apenas aumentar suas vendas, mas ajudá-lo a criar uma carteira de clientes fidelizados e satisfeitos.

Vamos começar?

Capítulo 1

Tornando-se uma autoridade em seguros

Ser reconhecido como especialista no setor de seguros traz inúmeras vantagens. Corretores posicionados como referência atraem mais clientes, enfrentam menos objeções na venda e conseguem fidelizar sua base de clientes com mais facilidade. Mas como construir essa autoridade? Entenda a seguir.

1.1 O que significa ser uma autoridade?

Uma autoridade é alguém que possui conhecimento aprofundado sobre um tema e é reconhecido pelo mercado por sua experiência.

No setor de seguros, um corretor se torna autoridade quando:

- ▶ Demonstra domínio sobre produtos e coberturas;
- ▶ Comunica-se com clareza, transmitindo segurança ao cliente;
- ▶ Oferece informações valiosas, ajudando na tomada de decisão.

1.2 Benefícios da autoridade no mercado de seguros

Construir autoridade não é apenas um diferencial competitivo – é uma necessidade para se destacar e atrair mais clientes.

Corretores percebidos como especialistas inspiram confiança, facilitam o processo de vendas e geram um ciclo contínuo de indicações e fidelização.

1.2.1 Mais credibilidade e confiança por parte dos clientes

Clientes preferem fechar negócio com corretores que demonstram segurança e conhecimento. Em um mercado cheio de opções, a confiança no profissional pode ser o fator decisivo para o fechamento do contrato!

1.2.2 Maior facilidade em fechar negócios

Sabia que corretores reconhecidos por sua expertise enfrentam menos objeções no momento da venda? Os clientes já chegam ao atendimento mais preparados e convencidos do valor do serviço oferecido, tornando o processo de negociação mais ágil e eficiente.

1.2.3 Melhor posicionamento no mercado

Ter uma presença forte e reconhecida traz mais visibilidade ao corretor e à sua corretora. Publicar conteúdos relevantes, compartilhar experiências e se manter atualizado sobre tendências do setor são ações que fortalecem sua reputação e ajudam a construir uma imagem profissional respeitada.

1.2.4 Mais indicações de clientes satisfeitos

Corretores que transmitem autoridade criam um efeito multiplicador: clientes satisfeitos recomendam seus serviços para amigos, familiares e colegas.

1.3 Como criar conteúdos relevantes

Uma forma eficaz de se tornar autoridade é produzir e compartilhar conteúdos educativos sobre seguros. Observe algumas estratégias:

1.3.1 Dicas para orientar o cliente na escolha do seguro

Muitos clientes não sabem qual seguro é adequado para suas necessidades. Criar conteúdos explicativos ajuda a educar e direcioná-los da melhor forma.

Os principais tipos de seguro incluem:

- ▶ **Seguro de vida:** proteção financeira para a família, podendo incluir coberturas adicionais, por exemplo, para invalidez ou doenças graves;
- ▶ **Seguro empresarial:** proteção para empresas, cobrindo danos estruturais, responsabilidade civil, entre outros riscos;
- ▶ **Seguro transporte:** protege cargas contra roubos, acidentes e outros incidentes;
- ▶ **Seguro garantia:** assegura o cumprimento de contratos e obrigações financeiras;
- ▶ **Seguro motorista:** protege o condutor contra danos a terceiros em acidentes;
- ▶ **Seguro responsabilidade civil geral:** cobre danos a terceiros e riscos inesperados.



Dica extra

Faça perguntas estratégicas ao cliente. Por exemplo: “Qual o seu principal receio em relação ao carro ou empresa?”. Isso ajuda a personalizar melhor sua proposta.

1.3.2 Dicas para reduzir riscos e aumentar a segurança

Compartilhar dicas de prevenção agrega valor e fortalece o relacionamento com os clientes.

Exemplos de conteúdos para redução de riscos:

- ▶ Para automóveis: manutenção preventiva, direção defensiva e instalação de rastreadores;
- ▶ Para empresas: práticas de segurança patrimonial, cibersegurança e treinamentos para emergências.

1.3.3 Dicas para manter o cliente por dentro das novidades

O setor de seguros está em constante evolução, com novas coberturas, mudanças regulatórias e tendências tecnológicas que impactam diretamente os clientes.

Criar conteúdos sobre essas atualizações permite que o corretor eduque seu público, demonstrando autoridade e reforçando o valor do seguro como uma proteção essencial.

1.4 Formatos de conteúdo

Não basta apenas escolher os temas certos! É fundamental selecionar os formatos adequados para transmitir a informação de maneira clara e atrativa.

A seguir, exploramos três formatos de conteúdo que podem ser utilizados por corretores de seguros para fortalecer sua presença digital e gerar mais oportunidades de negócio.

1.4.1 Vídeos curtos explicando conceitos básicos de seguros

Os vídeos curtos são um dos formatos mais interessantes para compartilhar conhecimento de forma rápida e dinâmica! Veja algumas dicas para criar vídeos curtos.

Dicas para vídeos curtos:

- ▶ Use uma linguagem simples e acessível;
- ▶ Grave em ambientes bem iluminados e com áudio claro;
- ▶ Utilize legendas para aumentar a acessibilidade;
- ▶ Inclua uma chamada para ação (CTA) ao final: exemplo “Me chame no WhatsApp para saber mais!”.



Redes sociais como Instagram Reels, TikTok e YouTube Shorts são ótimos canais para essa estratégia!

O consumo de vídeos cresceu bastante nos últimos anos, tornando esse formato essencial para educar e engajar clientes.

1.4.2 Postagens informativas em redes sociais

Postagens informativas ajudam a esclarecer dúvidas, reforçar a importância do seguro e destacar os diferenciais dos produtos oferecidos. Confira alguns tipos de postagens informativas para redes sociais.

Tipos de postagens úteis:

- ▶ **Infográficos explicativos:** conceitos como franquia, indenização e apólices;
- ▶ **Depoimentos de clientes:** experiências reais aumentam a credibilidade;
- ▶ **Comparativos de produtos:** exemplo: diferenças entre seguro de vida e empresarial;
- ▶ **Perguntas e respostas:** postagens no estilo "Você sabia?" são ótimas para esclarecer dúvidas comuns.

1.4.3. Newsletters com novidades e atualizações do setor

As newsletters são uma excelente ferramenta para manter um contato contínuo com clientes e leads. Fique por dentro de alguns conteúdos ideais para newsletters.

Sugestões para newsletters:

- ▶ **Tendências do mercado de seguros:** mudanças regulatórias, novos produtos e benefícios exclusivos;
- ▶ **Dicas de segurança e prevenção:** como evitar fraudes, manter bens protegidos e melhorar o perfil de risco;
- ▶ **Depoimentos e histórias reais:** clientes que tiveram experiências positivas com seguros;
- ▶ **Convites para eventos e lives:** webinars, treinamentos e encontros para esclarecer dúvidas.



Checklist – Construindo autoridade

- ▶ Defina seus principais temas (seguros, prevenção, novidades...).
- ▶ Crie uma frequência de postagem para manter sua presença ativa.
- ▶ Acompanhe a reação e o engajamento do público.

Capítulo 2

Construindo confiança – estratégias de comunicação no WhatsApp e redes sociais

Atualmente, a decisão de compra é altamente influenciada pelo relacionamento entre o corretor e o cliente. Ferramentas como WhatsApp e redes sociais se tornaram indispensáveis para fortalecer essa conexão e criar um vínculo de confiança.

Corretores que dominam a comunicação digital conseguem fechar mais negócios e fidelizar sua carteira com mais facilidade. Mas como usar essas ferramentas de forma estratégica e profissional?

2.1 Como utilizar o WhatsApp de forma profissional

O WhatsApp é um dos principais canais de comunicação entre corretores e clientes, mas seu uso exige estratégia e profissionalismo para que seja eficaz. Algumas boas práticas incluem:

- ▶ **Utilize listas de transmissão para enviar conteúdos sem ser invasivo** (evite grupos com muitos clientes, pois podem gerar incômodo).
- ▶ **Personalize as mensagens:** evite textos genéricos e mostre que você conhece o cliente e suas necessidades.

- ▶ **Responda com rapidez e eficiência:** tempo de resposta é um fator crucial na experiência do cliente.
- ▶ **Mantenha um tom profissional e acessível:** a linguagem deve ser clara, objetiva e amigável, transmitindo confiança.



Dica extra

Se possível, tenha um WhatsApp Business, que permite criar um catálogo de serviços, configurar respostas rápidas e analisar métricas de atendimento.

2.2 Redes sociais: como criar conexão com seu público

Manter um perfil ativo e estratégico nas redes sociais ajuda não apenas a divulgar seus serviços, mas também a fortalecer laços com os clientes e gerar mais credibilidade.

Veja algumas táticas para usar as redes sociais a seu favor:

2.2.1 Publique conteúdos relevantes regularmente

A constância é essencial para manter sua audiência engajada. Escolha uma frequência realista para postar conteúdos úteis, como:

- ▶ **Dicas sobre seguros** (exemplo: "Como escolher a melhor cobertura para seu carro?");
- ▶ **Casos reais e exemplos práticos** de como um seguro ajudou um cliente;
- ▶ **Novidades do setor** (mudanças regulatórias, novos produtos, benefícios extras);
- ▶ **Depoimentos de segurados satisfeitos**, gerando credibilidade e prova social.

2.2.2 Interaja com os seguidores e responda dúvidas

As redes sociais não devem ser apenas um canal de divulgação, mas também uma via de comunicação direta com seu público.

- ▶ Responda comentários e mensagens diretas com atenção e cordialidade;
- ▶ Crie enquetes e caixas de perguntas nos stories para incentivar a interação;
- ▶ Convide os seguidores para participarem de conteúdos, enviando suas dúvidas sobre seguros.



Corretores que interagem genuinamente com a audiência criam maior autoridade e fidelizam clientes com mais facilidade!

2.2.3 Mostre o seu dia a dia

Humanizar sua marca torna seu conteúdo mais próximo e cativante. Algumas ideias incluem:

- ▶ Mostrar momentos do seu trabalho diário ("*Hoje estou ajudando um cliente a escolher um seguro ideal para sua empresa. Você sabe qual cobertura funciona melhor no seu caso?*").
- ▶ Compartilhar curiosidades do setor de seguros (por exemplo: "*Você sabia que muitos seguros oferecem coberturas extras que quase ninguém utiliza? Descubra quais!*").
- ▶ Fazer vídeos rápidos respondendo perguntas comuns sobre seguros.



Corretores que se tornam mais "reais" e acessíveis nas redes sociais criam mais conexão e engajamento!



Checklist – Comunicação digital

- ▶ Defina horários estratégicos para responder clientes.
- ▶ Mantenha um tom de voz empático e acessível.
- ▶ Use listas de transmissão para segmentar informações.

Capítulo 3

Personalização de propostas para segurados

Cada cliente tem necessidades específicas e, para aumentar as chances de fechamento, é essencial oferecer propostas personalizadas, adaptadas ao seu perfil e preocupações.

Corretores que dominam a personalização no atendimento aumentam suas taxas de conversão e conquistam a confiança dos clientes com muito mais facilidade.

Mas como criar propostas que realmente façam sentido para cada segurado?

3.1 Como entender as reais necessidades do segurado

Diferentemente de uma abordagem padronizada, a personalização leva em conta:

- ▶ O perfil do cliente (idade, profissão, estilo de vida);

- ▶ **Suas principais preocupações e expectativas** (medo de roubos, indenizações lentas, proteção para a família);
- ▶ **Os riscos aos quais ele está exposto**, considerando bens materiais e patrimônio.



Dessa forma, a proposta torna-se muito mais relevante, reduzindo objeções e aumentando as chances de fechar o contrato.

3.2 Técnicas para personalizar propostas: como oferecer soluções sob medida para cada cliente

Para oferecer um atendimento diferenciado, é importante usar técnicas que ajudem a identificar as reais necessidades do cliente. A seguir, apresentamos três abordagens eficazes.

3.2.1 Perguntas estratégicas

O corretor deve investigar as reais necessidades do segurado. Fazer as perguntas certas permite identificar exatamente o que o cliente precisa. Algumas questões essenciais incluem:

Sobre proteção e riscos:

- ▶ *“Quais são seus principais receios em relação ao futuro financeiro da sua família?”* (para seguros de vida);
- ▶ *“Você já teve problemas com roubos, furtos ou acidentes no carro?”* (para seguros automotivos);
- ▶ *“Se ocorresse um imprevisto hoje, sua empresa estaria protegida financeiramente?”* (para seguros empresariais).

Sobre histórico e experiências anteriores:

- ▶ *“Você já possui algum seguro? Se sim, o que mais valoriza na sua cobertura atual e o que gostaria de melhorar?”*
- ▶ *“O que te fez procurar um novo seguro agora?”* (entender o gatilho da compra ajuda a oferecer a solução certa).



Essas respostas revelam as dores, expectativas e prioridades do cliente, facilitando muito a personalização da proposta e o fechamento do contrato, bem como aumentam a conversão e fortalecem o bom relacionamento com o cliente.

3.2.2 Analisar apólices anteriores e identificar gaps de proteção

Antes de apresentar uma nova proposta, é preciso avaliar a cobertura que o cliente já possui e identificar possíveis lacunas na proteção.

Muitas vezes, segurados mantêm apólices desatualizadas ou inadequadas para sua realidade atual, o que pode resultar em riscos desnecessários. **Veja alguns passos para analisar apólices anteriores:**

- ▶ **Solicite informações detalhadas sobre seguros atuais:** pergunte ao cliente se ele já possui algum tipo de cobertura e quais foram suas experiências com seguros anteriores;
- ▶ **Avalie as coberturas e exclusões:** nem sempre os segurados compreendem completamente os detalhes de suas apólices. Identifique pontos que possam estar deficientes ou que não atendam completamente às suas necessidades;
- ▶ **Verifique a adequação das coberturas:** um seguro contratado há anos pode não ser mais suficiente. Mudanças na vida do cliente, como um casamento ou a expansão de um negócio, podem exigir ajustes na apólice.

3.2.3 Utilizar ferramentas digitais para simulação de coberturas

Um grande erro de muitos clientes é manter apólices desatualizadas ou inadequadas ao seu estilo de vida atual.

Cabe ao corretor analisar possíveis lacunas na proteção e sugerir melhorias. Para isso, siga estes três passos essenciais:

- ▶ **1.** Solicite informações detalhadas sobre seguros anteriores (dúvidas comuns incluem coberturas insuficientes ou condições desfavoráveis);
- ▶ **2.** Avalie coberturas e exclusões (muitos segurados não compreendem todas as cláusulas do seu contrato – esse é um momento excelente para educá-los!);
- ▶ **3.** Sugira ajustes e melhorias baseados na nova realidade do cliente, garantindo que ele tenha a melhor cobertura possível.



Dica de especialista

Muitos segurados aceitam reajustes e coberturas adicionais quando percebem o risco real de ficarem desprotegidos. Use isso a seu favor!



Quer mais uma dica de ouro?

Utilize softwares de cotação e CRM para registrar as preferências e histórico dos clientes. Isso ajuda a oferecer propostas mais personalizadas no futuro e otimiza o acompanhamento de renovações.

Checklist – Personalização de propostas



- ▶ Realize perguntas estratégicas para entender as necessidades do segurado.
- ▶ Analise as apólices anteriores e identifique gaps de cobertura.
- ▶ Utilize ferramentas digitais para tornar as propostas mais visuais e acessíveis.
- ▶ Registre feedbacks dos clientes para melhorias futuras.

Capítulo 4

Campanhas de retenção de clientes

A retenção de clientes é uma das estratégias mais eficazes para garantir estabilidade financeira e crescimento contínuo no mercado de seguros.

Corretores que apostam apenas na captação de novos clientes acabam gastando mais tempo e dinheiro do que aqueles que valorizam os segurados que já confiaram no seu trabalho.



Clientes fidelizados não apenas renovam seus seguros com mais facilidade, como também indicam o corretor para amigos e familiares. Portanto, investir em estratégias de retenção é essencial para o sucesso a longo prazo.

4.1 Por que ir além da renovação automática?

Muitos corretores tratam a renovação de seguro como uma simples formalidade, enviando um lembrete perto do vencimento e esperando a resposta do cliente.

Porém, essa abordagem pode ser arriscada, pois:

- ▶ Não fortalece o relacionamento ao longo do tempo;
- ▶ Aumenta as chances do cliente migrar para um concorrente que oferece uma abordagem mais consultiva;
- ▶ Impede a identificação de novas oportunidades (por exemplo, um cliente que contratou um seguro automotivo pode precisar agora de um seguro de vida ou empresarial);
- ▶ Reduz o valor percebido do seguro, fazendo com que a renovação pareça uma "despesa" e não um investimento na segurança do cliente.



A solução?

Criar um cronograma de comunicação ativa para manter o contato ao longo do ano. Clientes que se sentem valorizados dificilmente buscam outra corretora!

4.2 Exemplos de campanhas de fidelização

Corretores bem-sucedidos não esperam que o cliente precise de um seguro novamente para interagir com ele. Eles se mantêm presentes, agregando valor constantemente.

Aqui estão três campanhas eficazes para fortalecer o relacionamento e aumentar a retenção de clientes:

4.2.1 Ações de pós-venda para avaliar a satisfação

Criar um processo estruturado de pós-venda ajuda a garantir que o cliente esteja 100% satisfeito com o serviço prestado e com o seguro contratado.

- ▶ **Pesquisa de satisfação:** Enviar um formulário curto com perguntas sobre a experiência do cliente (pode ser via WhatsApp, e-mail ou ligação curta).
- ▶ **Contato estratégico aos 30, 60 e 90 dias pós-contratação:** Perguntar se houve dúvidas ou dificuldades ao acionar a seguradora.
- ▶ **Envio de um guia prático:** Criar um material digital com informações úteis, como um passo a passo para acionar o seguro em caso de sinistro e telefones úteis para emergências.



Corretores que acompanham seus clientes pós-venda demonstram comprometimento e garantem uma experiência mais satisfatória. Isso reduz cancelamentos e aumenta as chances de renovação.

4.2.2 Envio de conteúdos educativos sobre proteção e novidades

Clientes que enxergam os benefícios da seguridade com maior frequência tendem a valorizar mais o serviço e a renovar com mais facilidade.

Algumas opções de conteúdos para manter um relacionamento ativo:

- ▶ **Novidades do setor:** Mudanças na legislação, novas coberturas e benefícios exclusivos;
- ▶ **Dicas de segurança e prevenção de riscos:** Como evitar roubos, acidentes e problemas que podem ser minimizados com um seguro adequado;
- ▶ **Explicações sobre coberturas:** Muitos segurados não compreendem completamente os detalhes do seu contrato. Elaborar materiais esclarecendo diferentes modalidades e coberturas evita cancelamentos e dúvidas futuras.

Formato ideal para essas informações?

- ▶ E-mails periódicos (newsletters);
- ▶ WhatsApp com mensagens rápidas e consultivas;
- ▶ Postagens em redes sociais.



Corretores que se tornam fontes confiáveis de informação fortalecem sua autoridade e aumentam a percepção de valor do serviço prestado.

4.2.3 Ofertas especiais para clientes recorrentes

Clientes que já contrataram com você têm maior propensão a continuar comprando SE receberem benefícios exclusivos em futuras renovações ou indicações.

Aqui estão três estratégias altamente eficazes para recompensar a fidelidade dos segurados:

- ▶ **Descontos progressivos na renovação:** Algumas seguradoras oferecem melhores condições a clientes recorrentes. Verifique essas possibilidades e repasse os benefícios ao cliente.
- ▶ **Brindes e vantagens personalizadas:** Pequenos gestos fazem grande diferença. Enviar um brinde no aniversário do cliente ou um material exclusivo de orientação fortalece a relação.
- ▶ **Programa de indicação premiada:** Criar um sistema onde clientes que indicam amigos recebem benefícios (como descontos futuros ou um presente especial).



Clientes que percebem vantagens concretas na continuidade tendem a permanecer fiéis por mais tempo!

Checklist – Retenção de clientes



- ▶ Crie campanhas trimestrais de relacionamento (envio de conteúdo, ações de pós-venda, contato estratégico).
- ▶ Ofereça benefícios reais para renovações e indicações.
- ▶ Personalize o processo de renovação, demonstrando que se preocupa com a experiência do cliente.
- ▶ Mantenha contato regular com os segurados, reforçando o valor do seguro antes da renovação.

Capítulo 5

Métricas simples para medir o desempenho

Medir o desempenho das suas estratégias de marketing e vendas é fundamental para entender o que está funcionando e o que precisa ser ajustado.

Corretores que acompanham métricas relevantes conseguem ajustar suas estratégias, aumentando a eficiência e os resultados.

Mais adiante, exploramos os principais indicadores que todo corretor de seguros deve acompanhar, além de ferramentas úteis para facilitar esse processo!

5.1 Indicadores essenciais para corretores de seguros

Acompanhar métricas relevantes permite avaliar a eficiência do seu trabalho e ajustar estratégias para obter melhores resultados. **Entre os principais indicadores para corretores de seguros, destacam-se:**

5.1.1 Taxa de conversão de propostas

A taxa de conversão é um dos principais indicadores de sucesso para um corretor de seguros, pois revela quantas propostas enviadas realmente se transformam em contratos fechados.

Fórmula para calcular a taxa de conversão:

- ▶ Taxa de conversão = (número de propostas fechadas / número total de propostas enviadas) x 100
- ▶ Exemplo: Se um corretor enviou 50 propostas e fechou 10 contratos, a taxa de conversão é de 20%: $(10 / 50) \times 100 = 20\%$



Quanto maior essa taxa, melhor é a abordagem comercial do corretor.

5.1.2 Índice de retenção de clientes

Você sabia que manter um cliente na carteira é mais barato do que conquistar um novo? O índice de retenção mede a quantidade de clientes que renovam seus seguros ou continuam contratando novos produtos ao longo do tempo.

Fórmula para calcular o índice de retenção:

- ▶ Índice de retenção de clientes = (clientes no fim do período – novos clientes conquistados / clientes no começo do período) x 100
- ▶ Exemplo: No começo do ano, um corretor tinha 200 clientes ativos. Durante o ano, ele conquistou 50 novos clientes e, no final do ano, tinha 210 clientes ativos. O índice de retenção foi de 80%: $(210 - 50 / 200) \times 100 = 80\%$



Quanto maior o índice de retenção, melhor a estratégia de fidelização e relacionamento com o público.

5.1.3 Tempo médio para fechamento de negócios

Esse indicador mede quanto tempo, em média, um cliente leva para tomar a decisão de contratar um seguro após a primeira interação com o corretor.

Fórmula para calcular o tempo médio de fechamento:

- ▶ Tempo médio de fechamento = Σ (tempo de fechamento de cada negócio) / número total de negócios fechados
- ▶ Exemplo: Se um corretor fechou 5 negócios e os tempos para fechamento foram:
 - ▶ Cliente 1: 10 dias;
 - ▶ Cliente 2: 15 dias;
 - ▶ Cliente 3: 20 dias;
 - ▶ Cliente 4: 12 dias;
 - ▶ Cliente 5: 18 dias.
- ▶ Tempo médio de fechamento = $(10 + 15 + 20 + 12 + 18) / 5 = 15$ dias



Quanto menor for esse tempo, mais eficiente está sendo o processo de vendas.

5.2 Ferramentas úteis para acompanhamento

Monitorar métricas manualmente pode ser trabalhoso e sujeito a erros. Felizmente, existem diversas ferramentas digitais que facilitam esse processo, ajudando corretores a acompanhar seu desempenho e otimizar suas estratégias.

5.2.1 Google Analytics (para monitorar tráfego e conversões)

O Google Analytics permite monitorar o comportamento dos visitantes no seu site, identificar quais páginas geram mais interesse e medir quantos leads foram convertidos em clientes.



Corretores que utilizam o Google Analytics conseguem insights valiosos sobre o desempenho de suas campanhas online.

5.2.2 CRM para corretores (gestão de clientes e leads)

Um sistema de CRM ajuda a organizar as interações com os clientes, registrar históricos de contato e automatizar follow-ups, tornando o atendimento mais eficiente.



Corretores que utilizam CRM conseguem gerenciar melhor suas carteiras de clientes e aumentar a eficiência do atendimento.

5.2.3 Planilhas automatizadas para controle de métricas

Para corretores que preferem um método mais simples e acessível, o uso de planilhas automatizadas pode ser uma ótima solução.



Planilhas bem estruturadas ajudam a manter o controle das métricas e facilitam a análise de desempenho.

Checklist – Medindo o desempenho



- ▶ Defina suas métricas principais (taxa de conversão, índice de retenção, tempo médio de fechamento).
- ▶ Estabeleça uma rotina de acompanhamento (diário, semanal ou mensal).
- ▶ Ajuste estratégias com base nos resultados obtidos.
- ▶ Utilize ferramentas digitais para facilitar o monitoramento e a análise de dados.

Conclusão

O mercado de seguros está em constante transformação, e corretores que desejam se destacar precisam adotar uma abordagem inovadora e centrada no cliente. Ao aplicar as estratégias apresentadas neste e-book, você não apenas poderá se tornar uma autoridade no setor, mas também vai fortalecer os seus relacionamentos e aumentará significativamente suas taxas de conversão e retenção!

Lembre-se, o segredo do sucesso está na combinação de conhecimento técnico, comunicação eficaz e um atendimento personalizado. Cada interação com o cliente é uma oportunidade de demonstrar seu valor e construir uma parceria duradoura. Invista em seu desenvolvimento contínuo, utilize as ferramentas certas e mantenha-se atualizado com as tendências do mercado.

Agora, é hora de colocar em prática tudo o que aprendeu. Transforme seu conhecimento em ação e veja sua carreira decolar. Seu sucesso está ao seu alcance — basta dar o próximo passo com confiança e determinação. Boa sorte e bons negócios!

Sobre a Akad Seguros

A Akad Seguros é uma seguradora digital sediada em São Paulo, reconhecida pela qualidade de seus produtos e excelência no atendimento a segurados e corretores parceiros.

Combinando tecnologia e tradição, a empresa oferece soluções inovadoras em seguros, desafiando o mercado a evoluir constantemente. Seu portfólio diversificado inclui seguros de Responsabilidade Civil, Cyber, Equipamentos, Empresarial, Engenharia, Transporte e Garantia.



 **(11) 5196-2523** | Filial Digital

 **4000-1246** | Central de Atendimento - Corretores e Clientes

 **0800-942-2746** | SAC

 **0800-940-0312** | Ouvidoria - em dias úteis, das 9h às 18h

@ E-mail da Ouvidoria: **ouvidoria@akadseguros.com.br**

akadseguros.com.br

akad
SEGUROS