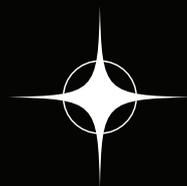




Infográfico

**Gatilhos mentais
em vendas de
seguros**



Introdução

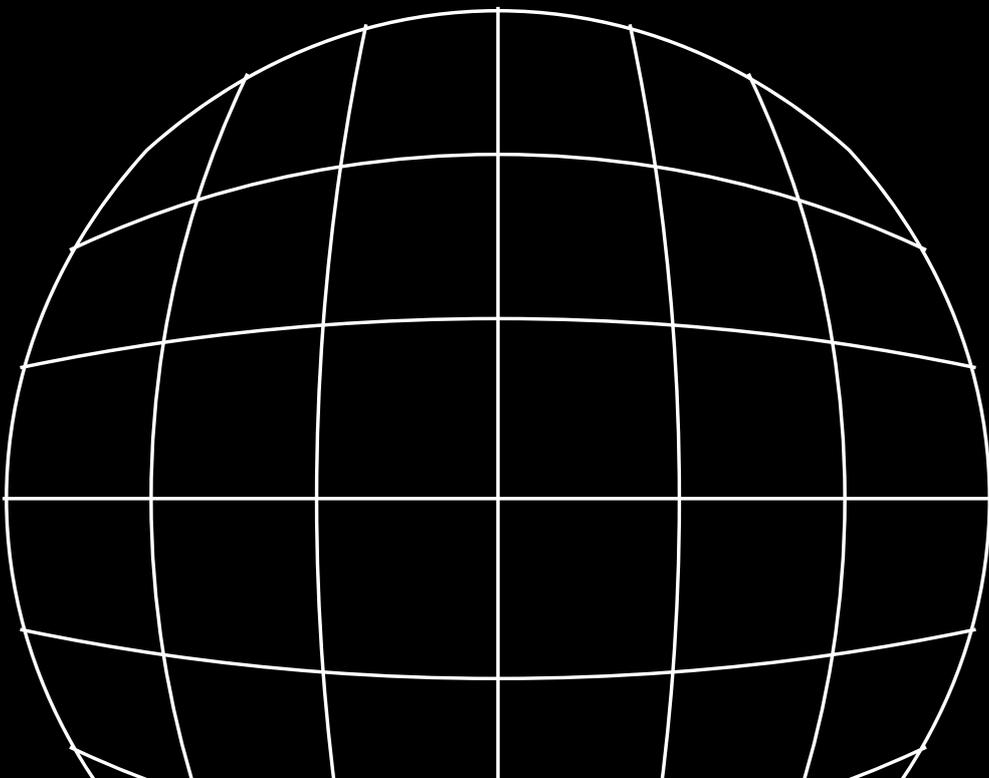
Fechar uma apólice, um negócio, não é apenas sobre concretizar a venda de um produto ou serviço que você tem disponível.

O desafio está em achar aquela mensagem chave que realmente impacta o cliente. É aí que entram os gatilhos mentais nas vendas de seguros.

A ideia dos gatilhos mentais é ajustar a sua comunicação para ressoar com os sentimentos e emoções do cliente.

Com isso, você cria um incentivo adicional que motiva o seu cliente a adquirir aquela cobertura de seguros que não só é adequada, mas realmente importante para a proteção dele.

Os gatilhos mentais são ferramentas poderosas na comunicação persuasiva, que convence e cativa, então vamos explorar um pouco mais sobre eles e como aplicá-los na prática.



O que são gatilhos mentais?

Sabe aquelas palavrinhas mágicas que **fazem a gente querer algo mais?** Pois é, isso aí são os gatilhos mentais.

Veja bem, mesmo que o seu produto ou serviço seja muito bom, **não é só de lógica que vive uma boa venda.** Seus clientes querem pesar os prós e contras, claro, mas o que realmente faz a diferença é aquela conexão mais pessoal, sabe?

Porque, no fim das contas, confiar, desejar e sentir a necessidade são coisas que vêm de um sentimento de importância, ou até de urgência. Comprar não é só tirar a calculadora do bolso.

E aí que os gatilhos mentais entram em ação, para que você possa dar aquele auxílio ao cliente na hora de decidir pela compra.

Gatilhos mentais para a venda de seguros

Agora que você já sabe um pouco mais sobre os gatilhos mentais, vamos ver alguns dos principais e que não podem faltar na sua estratégia de venda, e algum exemplo prático de uso.



Autoridade

Mostre que você é um expert no assunto. Compartilhe casos de sucesso e experiências que ressaltam sua competência e conhecimento no setor de seguros.

Exemplo: "Com mais de 10 anos de experiência e centenas de clientes satisfeitos, entendo profundamente as necessidades de seguro de cada cliente."



Afinidade

Construa uma ponte emocional com seus clientes. Demonstre empatia e compreensão em relação às suas necessidades e preocupações.

Exemplo: "Eu também já passei por isso (ou, tenho um cliente que passou por isso) e sei como é importante ter um seguro confiável. Vamos encontrar a melhor solução para você."



Escassez

Destaque a exclusividade e a limitação das suas ofertas. Mostre ofertas que podem ser interessantes para seu cliente, porém limitadas por tempo ou disponibilidade de coberturas de seguro exclusivas.

Exemplo: "Esta oferta especial de seguro é válida apenas até o final deste mês. Não perca a chance de garantir sua tranquilidade."



Coerência e compromisso

Mantenha suas palavras e ações alinhadas. Cumpra promessas e mantenha uma comunicação clara e confiável, combinado?

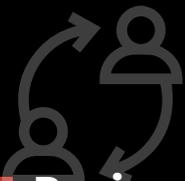
Exemplo: "Como prometido, aqui estão as informações atualizadas sobre sua apólice. Estou sempre disponível para qualquer esclarecimento."



Prova social

Use histórias de sucesso para ganhar credibilidade. Você pode mostrar testemunhos de clientes que tiveram experiências positivas com seus seguros.

Exemplo: "Temos um cliente que conseguiu economizar significativamente com este plano de seguro e está muito satisfeito com a cobertura."



Reciprocidade

Estabeleça uma relação de troca benéfica. Ofereça conselhos e informações valiosas sem expectativa de vendas imediatas.

Exemplo: "Quero oferecer uma análise gratuita da sua situação atual de seguro, sem compromisso, para que você tome a melhor decisão."



Exclusividade

Faça seus clientes se sentirem únicos. Proporcione planos ou benefícios especiais a um grupo selecionado de clientes.

Exemplo: "Tenho uma oferta exclusiva para nossos clientes mais fiéis, que inclui benefícios adicionais não disponíveis para o público geral."



Urgência

Ressalte a importância de agir rápido. Mostre os riscos de não ter seguro quando mais precisam.

Exemplo: "É importante agir agora, antes que os riscos se tornem realidade. Vamos assegurar sua proteção o quanto antes."



Especificidade

Atenda às necessidades específicas de cada cliente. Personalize os planos de seguro conforme os requisitos individuais.

Exemplo: "Com base no que você me contou, recomendo este plano personalizado que atende exatamente às suas necessidades de seguro."



Novidade

As pessoas adoram coisas novas e exclusivas. Quando você apresenta um seguro ou uma cobertura como algo inovador ou recém-lançado, isso cria um interesse instantâneo.

Exemplo: "Acabamos de lançar uma nova cobertura de seguro inovadora, que oferece proteção adicional em áreas que outros seguros não cobrem."

Como aplicar gatilhos na venda de seguros

Interessante como cada gatilho funciona, não é mesmo? São muitas situações e oportunidades. Mas, tem algumas coisas que você precisa ter atenção!

Não deixe evidente que são gatilhos

Quando um cliente fecha uma apólice com você, ele tá comprando muito mais do que só um seguro, ele tá levando uma experiência. Então, na hora de usar aqueles gatilhos, o segredo é ser sutil. Deixe o cliente entender a necessidade daquele produto, mas sem perceber que tem um gatilho acontecendo ali.

Escolha o momento certo para usar um gatilho

Outra coisa importante é saber quando usar cada gatilho. Por exemplo, se você está numa conversa inicial com o cliente, jogar um gatilho de autoridade, mostrando que sabe tudo de seguro, pode ser mais bacana do que falar de urgência, concorda?

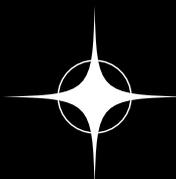
Agora, se o cliente já está quase fechando, aí sim, um toque de urgência ou escassez pode ser o empurrãozinho que faltava.

Se capacite e capacite sua equipe

Gatilhos mentais não são só para textos e anúncios. Eles também acontecem no papo cara a cara.

Por isso, é interessante investir em bons treinamentos para você ou sua equipe usarem essas técnicas com naturalidade, sem forçar, para atender melhor e vender mais!





Os gatilhos mentais são mesmo uma mão na roda para as vendas e podem ser usados em várias situações diferentes.

Além disso, existem inúmeros deles para as variadas situações, o que ajuda e muito na hora de pensar nas estratégias de venda da sua corretora.

Então, vale a pena fazer uma boa imersão nessas técnicas e usar as dicas aqui, para dar aquele up nos resultados do seu negócio.

