

Quiver



Tudo o que
você precisa
saber sobre
produtividade
em corretoras
de seguros

Introdução

Toda corretora de sucesso conquista a excelência da gestão assumindo o compromisso de otimizar a produtividade.

Empresas em geral precisam ser produtivas para vender mais, atender adequadamente todas as demandas, cumprir com os compromissos e, claro, aumentar o faturamento.

A produtividade está diretamente ligada ao resultado.

Introdução

Entretanto, não é toda empresa, gestores ou equipe, que conseguem atingir plena satisfação quando se trata de produtividade.

Como ser produtivo no dia a dia de uma corretora?

É essa pergunta que vamos ajudar você a responder neste ebook.

Boa leitura!

Comece pelo básico

Sabe aquelas atitudes básicas que todo mundo sabe que são positivas, porém esquecem de fazer?

Sim, elas são importantes e você precisa levá-las a sério para aumentar sua produtividade.

Alguns exemplos:



Lista de atividades

—



Smartphone e redes sociais

—



Ser multitarefa vale a pena?

Lista de Atividades

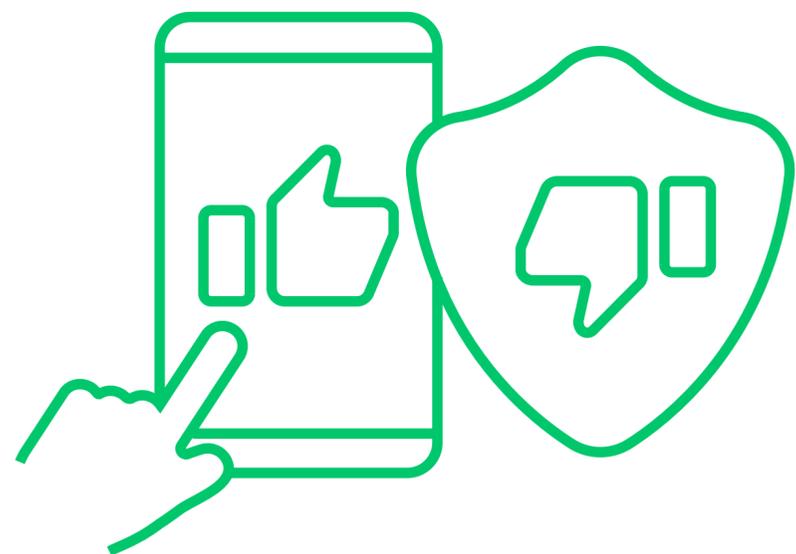
Organize a lista de atividades que precisam ser executadas diariamente.

Incentive a equipe a fazer o mesmo.

Use um software para organizar as atividades se achar necessário.



Smartphone e redes sociais



Dois grandes inimigos da produtividade.

Se você acha que algum deles (ou ambos) estão prejudicando a execução de suas tarefas, seja honesto consigo mesmo e encontre formas de evitar que este tipo de distração prejudique seu desempenho.

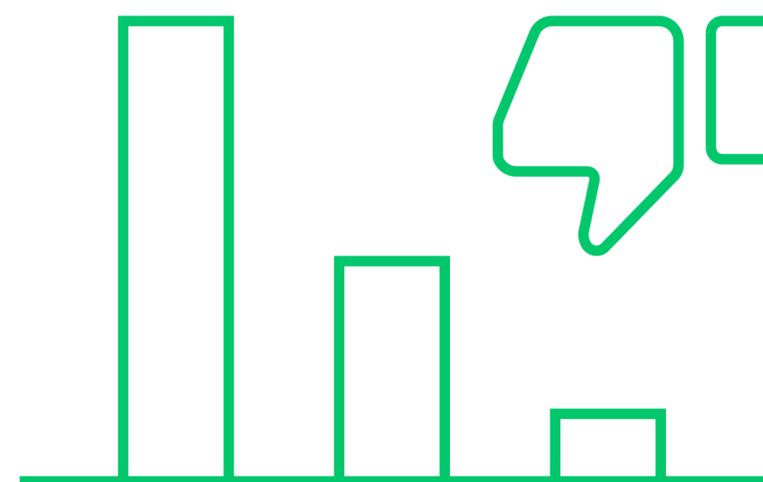
Em relação à equipe, ao identificar casos em que as redes sociais e o celular estão afetando o trabalho de um colaborador, tente resolver com uma conversa particular.

Ser multitarefa vale a pena?

Pesquisas indicam que “ser multitarefas” não resulta em produtividade.

Se você se considera multitarefa, faça um teste: reserve um dia na semana para executar uma tarefa de cada vez e compare a diferença.

Você é mais produtivo nos dias “multitarefa” ou no dia “um de cada vez”?



Lista de Atividades



Quando se trata de produtividade, a gestão do tempo é uma ferramenta fundamental.

Em uma corretora, é comum que a correria do dia a dia, repleto de reuniões, demandas urgentes e imprevistos, impeça a realização de todas as tarefas que haviam sido planejadas.

Diante disso, é preciso buscar ferramentas para gerenciar o tempo da melhor forma possível para ser produtivo.

Uma **metodologia interessante** é a **Matriz de Eisenhower**, que pode ser aplicada por todos os colaboradores, principalmente por aqueles que exercem funções de liderança.

Matriz de Eisenhower

Dwight D. Eisenhower, 34º presidente dos Estados Unidos, era um líder exemplar que, mesmo atarefado como todo comandante, tinha uma habilidade peculiar: estabelecer prioridades, classificando-as entre **importante / não importante** e **urgente / não urgente**.



Matriz de Eisenhower

—
Para cada classificação de tarefas, Eisenhower tomava uma atitude específica:



Importante e urgente

Executar imediatamente.

—



Importante e não urgente

Planejar a execução em breve para que não acabe caindo em “importante e urgente”.

—



Não importante mas urgente

Delegar.

—



Não importante e não urgente

Descartar ou adiar.

Esse tipo de classificação é excelente para ter uma ideia clara de como agir diante da acumulação de tarefas, entendendo que, muitas vezes, nem todas as atividades que temos para executar devem ser feitas naquele momento, com uma suposta prioridade já estabelecida.



Prospecção de leads qualificados

Esta é uma tarefa diária que nem todos os corretores percebem que podem ser muito mais produtivos ao executá-las.

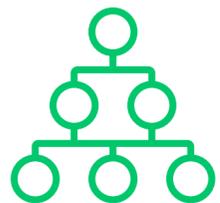
Acontece que a prospecção de clientes, muitas vezes, é sinônimo de perda de tempo.

Simplesmente porque, em muitos casos, a abordagem é feita com leads desqualificados.

Os leads precisam de qualificação.



Um exemplo de qualificação de leads, é a **fórmula ANUM**, sigla para:



Authority (Autoridade)

O lead tem a autonomia necessária para realizar a compra?

—



Need (Necessidade)

O lead realmente precisa do seu produto ou serviço?



Urgency (Urgência)

Qual é a urgência que o lead tem para adquirir seu produto ou serviço?

—



Money (Dinheiro)

O lead conta com verba suficiente para adquirir seu produto ou serviço?

ANUM

Diante da fórmula ANUM, é possível entender melhor qual lead deve ou não ser abordado.

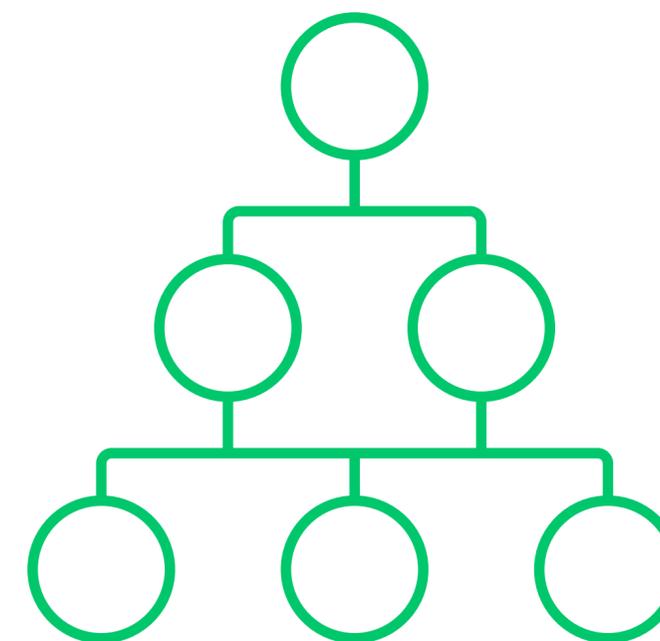
Uma dica é aplicar cada um dos componentes da fórmula ANUM nos seus formulários de geração de leads, ou na primeira conversa com seus prospects.



Autoridade

Elabore perguntas relacionadas ao cargo do lead, caso seja uma possível venda B2B, afinal, para realizar a contratação de um seguro para uma empresa, **o lead precisa ocupar um cargo com autoridade** para tal (ou ter a autorização necessária para realizar a aquisição).

Em casos de vendas B2C, que são as mais comuns dentro da corretora, esse tipo de critério acaba não sendo tão relevante, considerando que, na maioria dos casos, quem entra em contato é o próprio interessado pelo seguro.



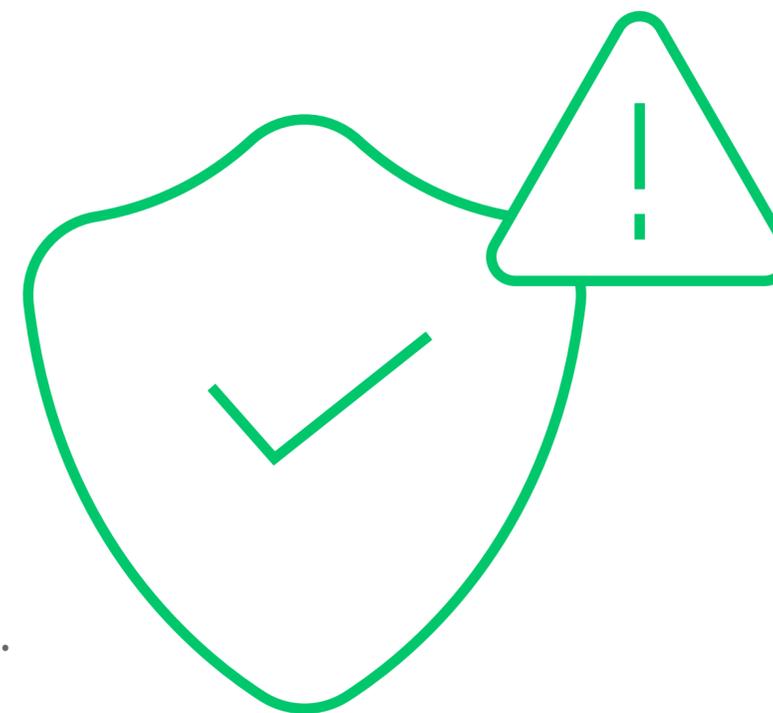
Necessidade

O lead realmente precisa do seu seguro?

Ou será que ele está apenas pesquisando sem uma real necessidade?

É possível também que a necessidade que ele tem é de um seguro diferente do que ele está pesquisando.

Elabore perguntas para entender melhor que tipo de seguro o lead precisa.

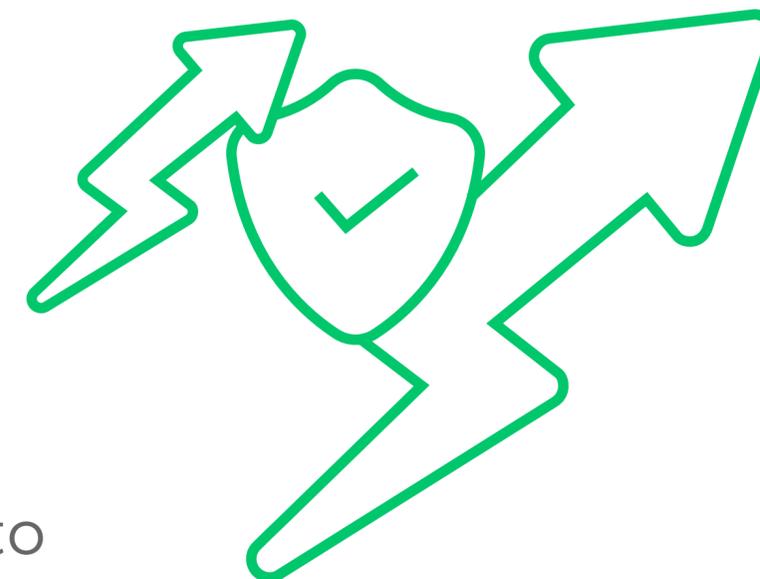


Urgência

O quão urgente o lead precisa da solução que você oferece?

Crie perguntas para entender se o consumidor precisa que você entre em contato urgentemente, ou se ele pode esperar.

Por exemplo: Você pode perguntar se o lead já tem um seguro ativo e qual é a data da renovação, para entender se o momento atual é o mais adequado para realizar a venda, ou se é melhor esperar a proximidade do fim da apólice.



Dinheiro

Para realizar uma compra, é necessário entender se o prospect tem condições financeiras para arcar com os custos.

No caso de um seguro, o critério monetário não é tão rígido, afinal, é um produto mais acessível, apenas casos muito específicos identificam leads desqualificados, como por exemplo alguém que está desempregado.

A qualificação de leads é melhor executada quando a corretora tem a possibilidade de investir em estratégias de Inbound Marketing e/ou conta com um profissional dedicado exclusivamente para realizar um filtro entre os leads gerados e a equipe de vendas, o SDR (Sales Development Representative), para enviar aos vendedores somente os leads que estão dentro dos critérios estabelecidos na fórmula ANUM.



Definir o perfil de cliente ideal

ICP (Ideal customer profile) ou PCI (Perfil de cliente ideal) é um conceito de marketing que vem ganhando força nos últimos anos e pode ser aplicado por qualquer empresa de qualquer segmento.

Trata-se de definir qual é o perfil do cliente ideal da corretora.

Pare e reflita: Se você pudesse escolher para quem você quer vender, qual seria o perfil do seu cliente?



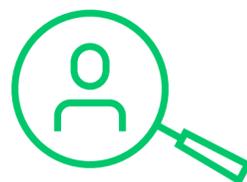
Para definir o perfil de cliente ideal, é necessário entender o posicionamento de mercado da corretora (e se for o caso reavaliar), além de entender que tipo de consumidor é atraído pelos produtos que você oferece.



Claro que nem sempre será possível vender apenas para pessoas que cumprem os critérios de seu ICP, mas definindo o perfil de cliente ideal, você ganha vantagens na produtividade, pois isso colabora com a prospecção de leads mais quentes.

Além disso, **uma venda fechada com clientes de perfil ideal, você tem muito menos trabalho para se relacionar e mantê-lo dentro da carteira de clientes.**

Para definir o perfil de cliente ideal da sua corretora, responda perguntas como:



Seu consumidor tem uma faixa etária, classe social e/ou profissão específica?

—



Essas características são relevantes para as suas vendas?

—



Existe algum nicho específico de clientes em que a sua corretora tem mais sucesso em vendas e renovações?

—



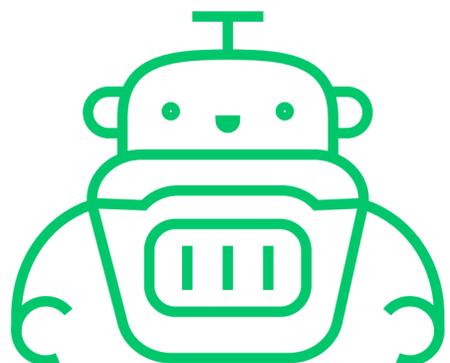
Qual é a necessidade / problema que seu produto resolve para o consumidor?

Automatize processos com o uso da tecnologia

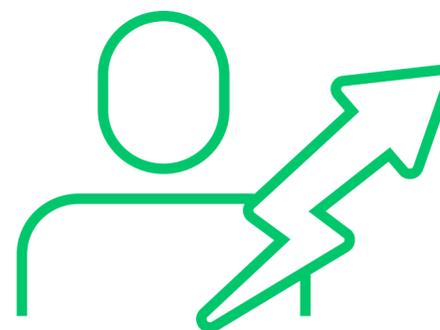
Você já parou para pensar na quantidade de tempo que sua corretora de seguros gasta com tarefas repetitivas?

A melhor solução para esse problema é a automatização de processos.





A automatização é a substituição de processos manuais por **tarefas automáticas realizadas por sistemas**, é a famosa troca do “homem pela máquina”. **Isso promove a redução de falhas causadas por erros humanos.**

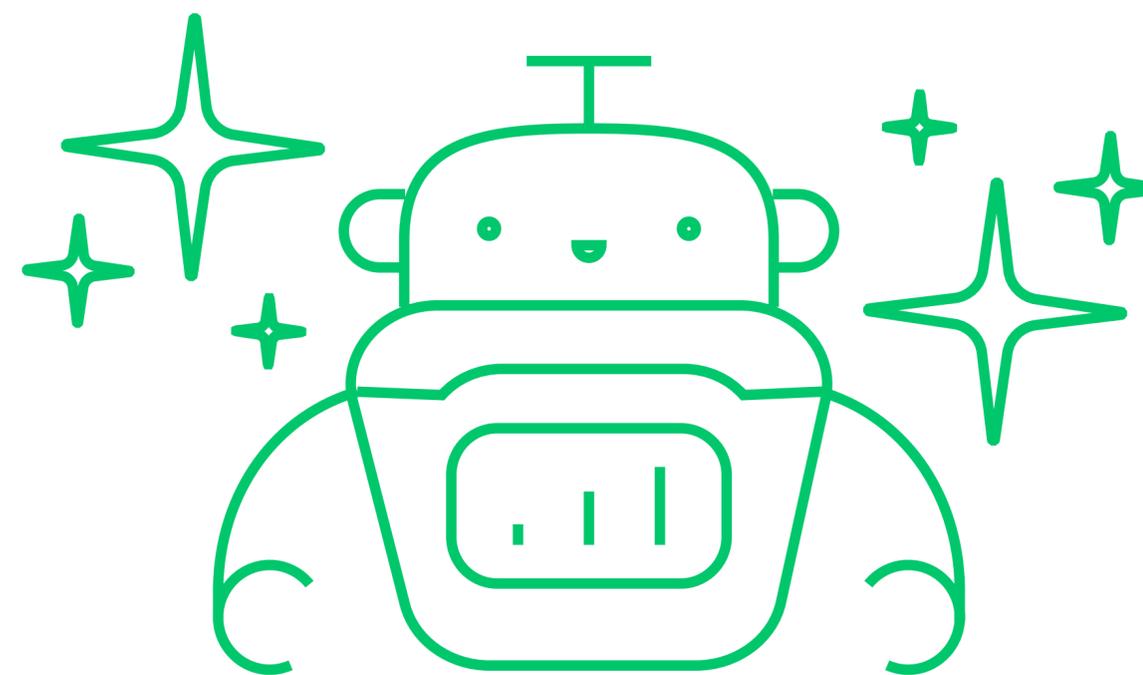


A automatização permite que os colaboradores da corretora **foquem em outras atividades** que, essencialmente, requerem atenção humana (tarefas intelectuais), **aumentando a produtividade.**

Máquina de datilografia vs. Computador com impressora

—
Um exemplo de automatização de sucesso.

Enquanto o computador faz diversas cópias automáticas em um minuto, na máquina de datilografia é preciso criá-las manualmente.



Como implantar a automação de processos na corretora?

—
Faça um levantamento das rotinas de tarefas que são feitas mensalmente dentro da empresa.

Por exemplo:

- Controle de despesas;
- Pagamentos;
- Entradas e saídas de transações bancárias.
- Importação de arquivo OFX para baixa automática

Essas tarefas podem ser facilmente controladas por um software de gestão financeira.

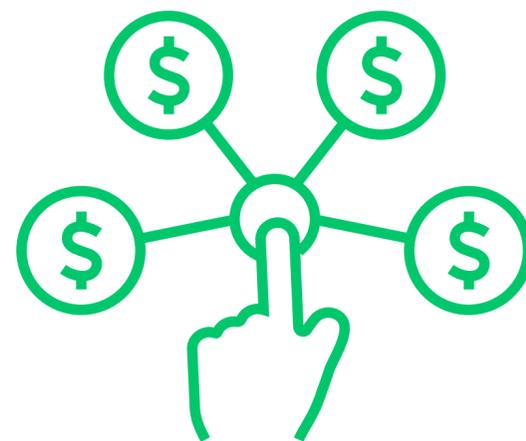
Além da sua empresa ter o controle sobre todos os gastos de modo centralizado, é possível agendar pagamentos automáticos de despesas fixas como água, luz e internet.

Lembre-se que o tempo do cliente também é importante

Ao oferecer um serviço aos seus clientes,
quanto menor o tempo que você gasta
para dar uma resposta, **maior será**
a satisfação dos mesmos.



Já parou para pensar quanto tempo leva para fazer o cálculo de um seguro em dez sites de seguradoras distintas?



Esse tempo é reduzido drasticamente com a automatização através de um multicálculo de seguros eficiente.

Automatizar o processo de cotação faz com que seus colaboradores tenham mais tempo para focar em novas vendas, além de conquistar o cliente pela eficiência, já que sua corretora vai apresentar o orçamento antes da corretora concorrente.



Soluções em Multicálculo

Crie cálculos e propostas precisas para seus clientes em menos de 1 minuto.

FALE COM NOSSA EQUIPE!

Quiver

Seu sistema de gestão deve ser seu maior aliado

—
Não se contente com um sistema que oferece apenas funções básicas.

Aproveite o que as melhores desenvolvedoras do mercado têm a oferecer.

Um sistema completo de gestão oferece cobertura para todas as áreas da corretora e apresenta funções imprescindíveis como:

Gestão eletrônica de documentos;

—

Importação automática de propostas;

—

Baixa automática de PDF's de extratos de comissão, emissão de Apólice/Endosso e relatório de parcelas pendentes;

—

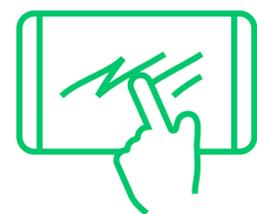
Controle de comissões e prêmios;

—

Controle de fluxo de caixa;

—

Assinatura eletrônica



A **assinatura eletrônica** permite que seu cliente assine o contrato de uma apólice com poucos cliques. **Isso é produtividade na prática!**

Soluções em Gestão

Descubra com a Quiver
uma nova forma de gerir
seus clientes e vender mais.

FALE COM NOSSA EQUIPE!



Quiver

Capacite seus colaboradores

Seus colaboradores são fundamentais para o crescimento da corretora. Toda mudança no trabalho, por mais simples que seja, afeta a todos.

Apresente demonstrações, treinamentos e explicações claras sobre as melhorias trazidas pelas automatizações.

Levando essa importância em consideração, a Quiver oferece para as corretoras parceiras, o **DECO - Departamento de Conhecimento**, uma plataforma destinada para capacitar colaboradores no uso das soluções de gestão e multicálculo, facilitando o processo de automatização.



Monitore indicadores relevantes

Para verificar a evolução da produtividade da corretora, passe a avaliar a partir de agora (aplicando as dicas presentes neste guia):



Tempo médio de cotação e envio de proposta;

—

Tempo médio de vendas fechadas por hora ou por dia;



Após obter esses indicadores, **faça um monitoramento mensal e apresente à equipe** para que todos possam acompanhar e para que, juntos, busquem melhorar este número cada vez mais.

Conclusão

Após aplicar na prática as dicas apresentadas neste guia, acreditamos que o aumento na produtividade na sua corretora não seja mais um mistério.

Entretanto, se você sentir dificuldades, a Quiver te ajuda.

Solicite um contato com um especialista para identificar e entender as dificuldades da sua corretora.

[Quero falar com um especialista Quiver](#)

Quiver

quiver.net.br

Unidade SP

Av. Francisco Matarazzo, 1400
Torre Torino · 18° andar
São Paulo - SP

Unidade PR

Rua Nestor Guimarães, 111
Conjunto 74 · 7° andar · Sala 75
Estrela / Ponta Grossa - PR

Telefone Direto

+55 11 3664 2040

Suporte aos produtos

+55 11 3192 8925