

PRODUTO VIDA

É um jeito inteligente de cuidar das pessoas importantes para você e sua empresa, mesmo quando não puder mais estar presente.

E o melhor: não é só sobre partida, mas também sobre vida!

MERCADO DE VIDA NO BRASIL

Crescimento x Oportunidade

- Apenas 17% da população Brasileira possui seguro de vida
- 08 em cada 10 brasileiros, nunca contrataram seguro de vida
- 82% dos brasileiros adultos não possuem nenhum tipo de seguro de vida
- Crescimento de +88% nas apólices individuais em 2 anos
- Crescimento recorde entre jovens de 20–29 anos: +139%
- Apenas 6,3% do PIB do Brasil vem de seguros — nos EUA é 12%

✓ Resumo dos pontos-chave

Indicador	Valor
Arrecadação seguro de vida (jan–fev/2025)	R\$ 5,84 bi (+11,2%)
Arrecadação total seguros de pessoas (2024)	R\$ 72,7 bi (+16,2%)
Arrecadação seguro de vida individual (2024)	+21,5%
% sem seguro de vida no Brasil	82%
Seguro de vida em relação ao total	~47% dos prêmios de pessoas

E POR FALAR EM OPORTUNIDADES...

“Quantos clientes seus hoje têm um seguro de vida?”

- Seguro de vida NÃO é só para morte
- É sobre planejamento, herança, proteção financeira, tranquilidade familiar
- É produto de AFETO, não de medo
- NÃO fale de preços e produtos, fale de PROPÓSITO e SOLUÇÃO
- NÃO ofereça o que tem, descubra o que cliente PRECISA
- Você não está vendendo uma apólice, está oferecendo tranquilidade, legado e segurança para quem mais importa!

MUDANÇA DE MENTALIDADE

✓ Gerar reflexão em exemplos práticos, trazem abertura emocional para oferta

🎯 **Faça uma venda consultiva!**

Primeiro passo: Faça um diagnóstico, isto é, não fale do produto!

- ✓ “Você já pensou em como sua família ficaria caso algo acontecesse com você?”
- ✓ “Se você ficasse sem renda por 1 ano, teria uma reserva para manter seu padrão de vida?”
- ✓ “Você protege seu carro. Já protegeu sua renda, sua família?”
- ✓ Se acontecesse algo com você hoje, como ficariam a escola das crianças, o padrão de vida da sua família?

✓ Objetivo: gerar identificação e confiança.

🎯 **Conexão e Empatia**

- ✓ “Eu atendo muitos clientes como você, que querem proteger os filhos sem comprometer o orçamento.”
- ✓ “Esse tipo de proteção é pensado para quem se preocupa com o que construiu.”

✓ Objetivo: mostrar valor com contexto pessoal, não preço.

- ✓ “Você me disse que quer garantir os estudos do seu filho. Esse seguro garante isso mesmo se você não estiver aqui.”
- ✓ “Você comentou que cuida dos seus pais. Esse plano tem cobertura por invalidez que garante sua renda caso algo te impeça de trabalhar.”
- ✓ “Com menos de R\$ 1,00 por dia, você deixa um legado de R\$ 50.000,00 mil — menos que um cafezinho.”

✓ Objetivo: engajar o cliente na escolha.

- ✓ “Esse tipo de cobertura faz sentido para você?”
- ✓ “Você se sentiria mais tranquilo com essa proteção?”
- ✓ “Isso atende o que você gostaria de deixar resolvido?”

REFORCE A VENDA COM ARGUMENTAÇÕES CONSULTIVAS

✓ Modelo A – Jovem solteiro

“Você está começando a construir sua independência. Esse seguro protege sua renda e ainda cobre doenças graves. E o melhor: custa menos que um lanche.”

✓ Modelo B – Pai de família

“Sua família depende da sua renda. Esse seguro garante que, mesmo na sua ausência, seus filhos terão estabilidade.”

✓ Modelo C – Empreendedor/MEI

“Se você parar, o negócio para. Essa proteção mantém sua renda ativa, mesmo se algo acontecer com você.”

Como lidar com objeções

Objeção do cliente

📌 Agora não é prioridade

📌 Não acredito que vou precisar

📌 Seguro de vida é só pra quando morre

📌 É muito caro

Resposta estratégica

✓ Entendo. Posso te mostrar um plano que cabe no seu orçamento?

✓ Tomara que não precise mesmo! Mas e se precisar?

✓ Hoje temos coberturas em vida, inclusive por doenças graves, DIT, Invalidez e etc

✓ Você decide quanto quer investir. Tem planos acessíveis que resolvem o essencial

E QUAIS DIFERENCIAS A ALLIANZ POSSUI?

1. Flexibilidade e personalização

Disponível em pacotes como Simplificado, Básico, Essencial, Plus, Master, Exclusivo e agora também em Oferta Personalizada, onde o cliente escolhe coberturas (morte, invalidez, doenças graves etc.), assistências e valores entre R\$ 10 mil e R\$ 2 milhões, adaptados ao seu perfil e necessidade.

2. Coberturas ampliadas e assistências novíssimas

Todos os pacotes agora incluem Assistência Funeral Ampliada (titular, cônjuge, filhos, pais e sogros até 70 anos), com valores de R\$ 7 mil (Simplificado/Básico/Essencial) a R\$ 10 mil (Plus/Master/Exclusivo) — e na oferta personalizada chega a R\$ 15 mil

Nova cobertura DIT (Diária por Incapacidade Temporária), até R\$1.300,00 por dia.

Nova cobertura DHMO para reembolso de despesas médicas, hospitalares e odontológicas por acidente no valor de até R\$ 10.000,00

3. Assistências inovadoras e exclusivas

Na Oferta Personalizada, a Allianz incluiu:

Pronto Atendimento Virtual com o Hospital Israelita Albert Einstein, disponível 24/7, sem custo adicional

Assistência Pet (serviços veterinários, vacinas, hospitalização, funeral pet)

Assistência Residencial (chaveiro, encanador, eletricista, reparos)

Vigilância e Segurança Residencial (alarme, profissional de segurança em emergências)

4. Contratação simplificada e formas de pagamento

Processo digital pelo Allianznet: cotação intuitiva com modo ativar/desativar, régua de valores e assinatura digital

Pagamento recorrente por cartão de crédito (até 12x sem juros), boleto ou débito automático

5. Renovação automática e maior capital segurado

Renovação automática após cinco anos de vigência

Ampliação do capital segurado em até R\$ 2 milhões nos pacotes Simplificado, Básico, Essencial, Plus, Master e Exclusivo diretamente pelo sistema, podendo chegar até R\$ 3,5 milhões por análise de subscrição na matriz.

Como usar esses diferenciais na argumentação:

“Você personaliza seu seguro por completo, escolhendo só o que importa pra você, sem burocracia, com proposta e análise de documentação médica (DPS) de forma totalmente digital.”

E COMO FUNCIONA NA PRÁTICA?

Necessidade x Cobertura

Dados:

- Médico
- Casado
- 48 anos
- 02 filhos
- Renda mensal: 60 mil
- Despesas Fixas: 48 mil

Contratação de um capital de R\$ 2.000.000,00

- Porque os R\$ 2.000.000,00 de capital para Morte? Seu custo anual de R\$ 48.000,00 para 12 meses será de R\$ 576.000,00. A contratação da apólice do seguro, se vier a faltar por Morte, manteria o padrão de vida de sua família por um período aproximado de 4 anos.

E QUANTO CUSTARIA?

Apenas 12x de R\$ 1.026,18

Menor do que 2% da sua renda!

Amar e Cuidar de alguém Responsabilidade com seu futuro e da sua família Deixar um legado Ferramenta de Inteligência Financeira R\$

SE VOCÊ PUDESSE PREENCHER UM CHEQUE PARA SUA FAMÍLIA, QUE VALOR ELE TERIA?

Pague por este cheque a quantia de _____

Para a minha família _____ e centavos acima
ou à sua ordem _____

_____ de _____ de 20____

CONVÊNIO COM TODOS OS BANCOS

219 400 000 000 00

Allianz 

Um seguro de vida é isento de Imposto e tem liquidez imediata!!

Fechamento

A Técnica do Sim



Você concorda que
proteger a família é
importante?

Progressivo

Você concorda que não
sabe o que pode
acontecer amanhã?

Você gostaria de garantir
você e a sua família
estivessem protegidos?



Então, podemos
buscar uma solução
ideal para você?

OBRIGADA PELA PARTICIPAÇÃO E BONS NEGÓCIOS 🚀



Dúvidas?



Contatos:

Alexandro Barbosa – Diretor Comercial CO/MG
alexandro.barbosa@allianz.com.br

Roberta Bueno – Gerente de Produtos, Subscrição e Atendimento Comercial Vida
roberta.abdante@allianz.com.br

Fábio Guerra – Guerra Corretora
fabioguerra@fguerracorretora.com.br

Site: <https://www.allianz.com.br/>

Condições Gerais:

[https://www.allianz.com.br/content/dam/onemarketing/iberolatam/allianz-br/documents/pagina-documentos/CG_VI%20_Vida%20Individual_v2%20\(1\).pdf](https://www.allianz.com.br/content/dam/onemarketing/iberolatam/allianz-br/documents/pagina-documentos/CG_VI%20_Vida%20Individual_v2%20(1).pdf)



Informações:

Indicadores: Funenseg / SUSEP