



# Playbook de Recepção: A Arte de Vender Tranquilidade

Manual Prático de Coberturas e Upsell |  
International Car Mobility Solutions®

---

O seu **guia visual** para um atendimento **consultivo**,  
**claro** e focado na **experiência do cliente**.

# Não Vendemos Seguros. Vendemos Paz de Espírito.



**O Bicho-Papão:** A regra de ouro no balcão é perceber que o cliente não quer saber de siglas financeiras. O que tira o sono ao cliente é a Franquia — o risco financeiro real, palpável e imprevisível que assume ao pegar na chave.



**O Nosso Verdadeiro Produto:** O nosso objectivo não é despejar uma lista de produtos técnicos. É pegar no problema da franquia e transformá-lo na porta de entrada para uma viagem sem preocupações. A mudança de chip é fundamental: o foco é a emoção e a segurança.

# O Ponto de Partida: O que o cliente traz na reserva

## CDW (Protecção Base)

**O que cobre:** Isenta a franquia em caso de colisão geral.

**O risco que evita:** Evita pagar a franquia por acidentes comuns, mas deixa buracos graves (risco oculto).

## FDW (Isenção de Franquia)

**O que cobre:** Isenta a franquia em caso de colisão geral.

**O risco que evita:** Evita pagar a franquia por acidentes comuns, mas deixa buracos graves (risco oculto).

**Frase de balcão:** *O seu seguro é excelente para colisões e elimina a franquia geral, mas deixa a descoberto os pequenos grandes problemas do dia-a-dia.*

# Soluções de Eliminação de Risco (Para clientes com CDW)



Best-Seller

## TOP COVER (Best-Seller)

- **O que cobre:** Eliminação total da franquia e de qualquer responsabilidade financeira.
- **O risco que evita:** Qualquer despesa extra com o veículo durante a viagem. **Risco Zero.**

**Frase de balcão:** Com o Top Cover, elimina totalmente a franquia e qualquer risco, para que possa simplesmente desfrutar das suas férias sem pensar no carro.



## SMART COVER (A Alternativa Intermédia)

- **O que cobre:** Redução significativa da franquia + protecção das partes mais vulneráveis do veículo.
- **O risco que evita:** Minimiza drasticamente o impacto financeiro de um azar, sem o eliminar a 100%.

**Frase de balcão:** O Smart Cover é a nossa opção intermédia: reduz bastante a sua responsabilidade e já protege as partes mais expostas do carro.

# Complementos Cirúrgicos (Para tapar os buracos do FDW)



## COVER PLUS (Protecção de Exclusões)

- **O que cobre:** Tapa as exclusões clássicas: Pneus, Vidros, Jantes e Espelhos.
- **O risco que evita:** O risco oculto – danos altíssimos e muito frequentes que o FDW não cobre.

**Frase de balcão:** Esta protecção complementa o seguro que já traz, cobrindo os danos que acontecem todos os dias: vidros estalados e pneus furados.

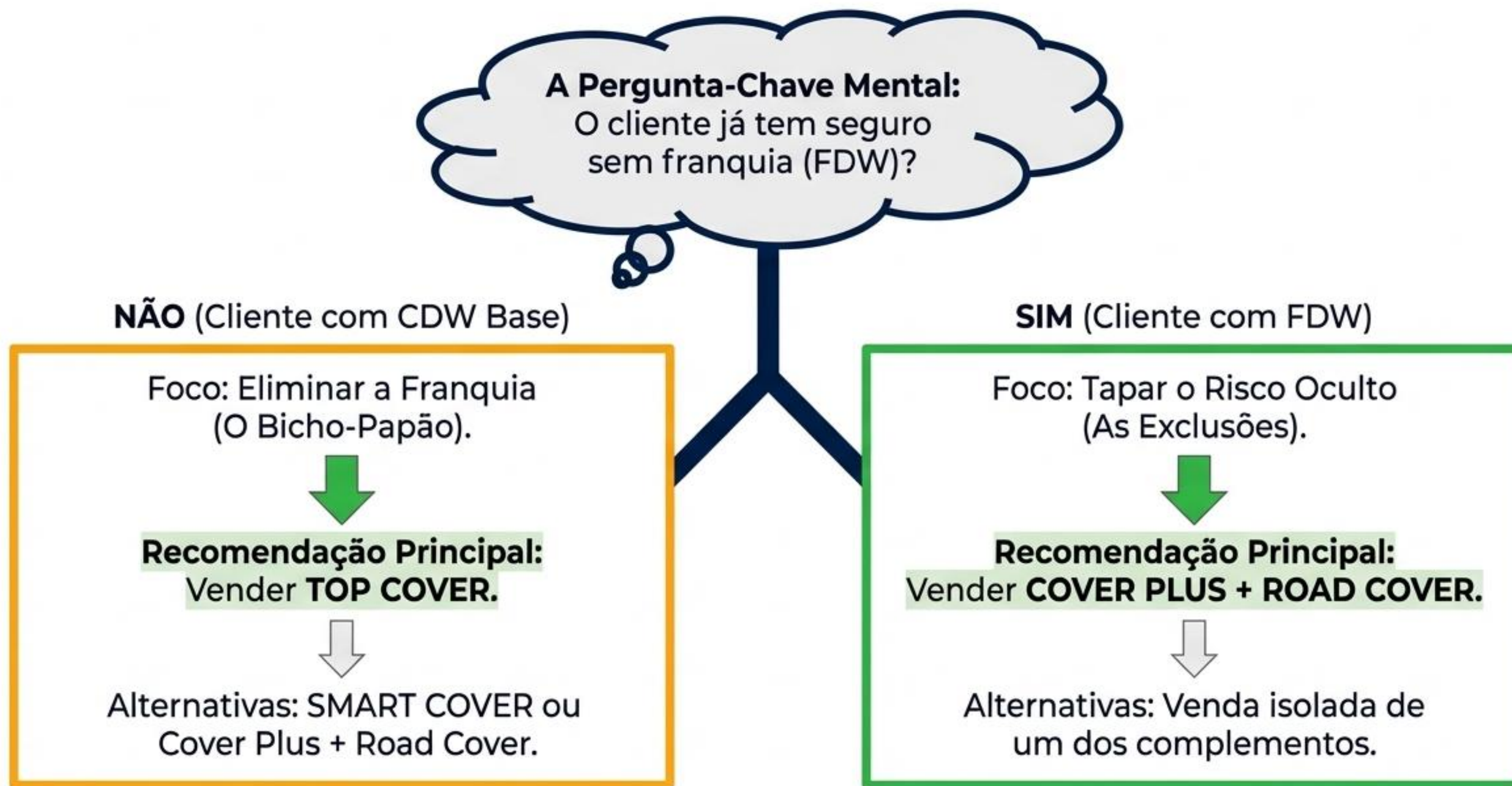


## ROAD COVER (Assistência Premium)

- **O que cobre:** Assistência em viagem para pequenos azares do dia-a-dia (perda de chave, engano no combustível, etc).
- **O risco que evita:** Custos exorbitantes e imediatos de reboque e transporte de passageiros.

**Frase de balcão:** O Road Cover garante que, se perder a chave ou se enganar no combustível, enviamos um reboque imediatamente sem qualquer custo extra para si.

# A Lógica de Venda: Um Caminho, Duas Direcções



# A Matemática do Road Cover: O Argumento Imbatível

O Road Cover não serve para grandes acidentes. Serve para os imprevistos do quotidiano que estragam um dia de férias. Sem esta protecção, a factura no momento é implacável.



Motivo: Furo no pneu / Luzes acesas / Perda de Chave	
Reboque Base:	~150,00 €
Transporte de Passageiros (Táxi/Transfer):	Custo Variável Alto
Tempo Perdido e Stresse:	Incalculável
-----	
<b>Total a Pagar no Momento:</b>	<b>&gt; 150,00 €</b>

Compare este custo brutal (que o cliente terá de pagar na hora) com o **baixo valor diário** da protecção.

É preto no branco.

A venda torna-se óbvia e o cliente agradece a transparência.

# Script de Balcão 1: Elevando o CDW para TOP COVER

## Step 1: A Pergunta (Diagnóstico)

“  
Vejo que a sua reserva tem a protecção base. Sabe qual é o valor da franquia que fica a seu cargo em caso de imprevisto?”

## Step 2: A Explicação (Consciencialização)

“  
Neste momento, está responsável até [Valor]€. É um risco alto para quem quer apenas descansar.”

## Step 3: O Reforço do Risco (Tangibilização)

“  
Basta um risco no parque de estacionamento ou um toque leve para que esse valor lhe seja cobrado do cartão.”

## Step 4: O Fecho (A Solução Mágica)

“  
A minha recomendação para que vá 100% descansado é incluirmos o Top Cover. Por apenas [X]€/dia, eliminamos esta franquia por completo e não tem de se preocupar com absolutamente nada. Avançamos com esta opção?”

# Script de Balcão 2: Complementando o FDW com Cover Plus + Road Cover

## Buracos no Seguro

Step 2: A Explicação  
(O Risco Oculto)

Step 1: A Pergunta  
(Validação)

“ Vejo que já traz uma protecção que elimina a franquia de colisão, excelente escolha. Foi informado sobre os riscos que ficam excluídos?

“ Essa protecção é ótima, mas deixa a descoberto os danos mais comuns nas nossas estradas: pneus, vidros, jantes e espelhos.

Step 3: O Reforço do Risco  
(A Matemática)

“ Além disso, se tiver um furo ou se enganar no combustível, um simples reboque custar-lhe-á mais de 150€ do seu bolso.

Step 4: O Fecho  
(A Rede de Segurança)

“ Para tapar estas lacunas, recomendo adicionarmos o Cover Plus e o Road Cover. Cobre precisamente as jantes e vidros, e garante reboque gratuito. É um pequeno valor diário para não ter surpresas. Juntamos ao seu contrato?

# 5 Erros Fatais na Venda de Protecções



## 1. Falar Segurês

Usar siglas (CDW, TP, FDW) sem explicar o impacto prático. Um cliente baralhado diz sempre Não.



## 2. Despejar a Lista

Ler o preço das coberturas de rajada, como um robô, em vez de recomendar uma solução à medida do cliente.



## 3. Assumir o Não

Não oferecer coberturas só porque o cliente já traz FDW (esquecendo de alertar para os graves riscos ocultos).



## 4. Vender às Cegas

Começar a vender sem fazer perguntas, sem perceber se o cliente vem em lazer, em negócios, ou qual a sua experiência prévia.



## 5. Focar Apenas no Preço

Dizer custa mais 20€ em vez de ancorar o valor na despesa evitada (evita uma factura imediata de 1500€).

# 5 Boas Práticas para Maximizar a Conversão



## 1. Simplificar o Vocabulário

Fale a linguagem da emoção: use expressões como eliminar o risco, ficar totalmente descansado e evitar surpresas.



## 2. Usar Exemplos Reais e Visuais

Tangibilize o perigo. Fale do reboque a 150€, do pneu furado na auto-estrada, do risco de chave no supermercado.



## 3. Assumir a Postura de Consultor

O seu objectivo não é empurrar um produto; é diagnosticar uma vulnerabilidade e garantir que a viagem corre sem sobressaltos.



## 4. Ancorar o Valor de Cima para Baixo

Comece sempre por oferecer a protecção máxima (Top Cover). Só desça para as alternativas se o cliente levantar objecções reais.



## 5. Garantir Consistência

Siga rigorosamente o fluxograma em todos os alugueres. A repetição cria naturalidade, fluidez e confiança no seu discurso.



A man wearing sunglasses and a light blue shirt is driving a Kia car. The car is on a winding coastal road with a view of the ocean and hills. The interior of the car is visible, including the steering wheel with the Kia logo and the dashboard. A blue text box is overlaid on the right side of the image.

## O Sucesso Começa no Seu Balcão

Uma venda bem-sucedida de protecções não é apenas um número no ARPD da estação. É o primeiro passo, e o mais crítico, para uma experiência de aluguer fantástica.

A clareza e a confiança que transmite ao explicar os riscos e as soluções definem a imagem que o cliente leva dos nossos Serviços.

Lembre-se em cada atendimento: Não estamos a vender um produto técnico. Estamos a garantir uma viagem memorável e sem preocupações.