

MATERIAL DE ESTUDO - Formação de Gerentes de Relacionamento

Unidade Comercial de Varejo

Segmento Pessoa Física

A Unidade Comercial de Varejo tem como objetivo apoiar as agências, simplificando processos, orientando sobre produtos e auxiliando na transformação de oportunidades em resultados comerciais.

O GR deve utilizar os recursos disponibilizados pela área para ampliar relacionamentos, identificar oportunidades e gerar negócios sustentáveis.

1. Espaço Comercial

O Espaço Comercial é uma das principais ferramentas de consulta para o GR. Trata-se de um ambiente que reúne campanhas vigentes, promoções, materiais de apoio, comunicados e ações estratégicas disponibilizadas pelo Banco.

Muitos gerentes focam apenas em atender as demandas que chegam espontaneamente à agência. Entretanto, os melhores resultados normalmente surgem da atuação proativa. Por esse motivo, consultar o Espaço Comercial regularmente é fundamental.

O Espaço Comercial deve ser consultado diariamente, tornando-se parte da rotina de trabalho do GR.

2. Ferramentas de apoio

Relatório Potenciais PF

Uma das maiores responsabilidades do gerente é identificar oportunidades de negócios dentro de sua própria carteira.

Para isso existe o Relatório Potenciais PF, disponível no Gerenciador de Clientes. Esse relatório foi desenvolvido para ajudar o gerente a identificar clientes que apresentam potencial para contratação de produtos ou ampliação do relacionamento com o Banco.

O diferencial dessa ferramenta é permitir uma atuação direcionada.

Por exemplo:

- Cliente com saldo disponível em conta pode ter potencial para investimentos.
- Cliente com histórico muita utilização do limite da conta pode ser elegível para operações de crédito.

Ao utilizar o relatório, o gerente deixa de trabalhar apenas por intuição e passa a atuar com base em informações concretas.

O foco é priorizar os clientes com maior potencial de resultado de forma mais assertiva.

3. Segmentação Bancária

A segmentação é utilizada pelos bancos para oferecer um atendimento mais adequado às características e necessidades dos clientes.

Segmentação PF no Banrisul

A segmentação do Banrisul busca direcionar o cliente para o modelo de atendimento mais adequado ao seu perfil financeiro.

Sub Plataforma PF

Clientes oriundos da Plataforma PF e que estão a mais de 6 meses sem buscar atendimento presencial na rede de agências, utilizando prioritariamente canais digitais.

Renda comprovada ou captação de até R\$ 1.620,00

Plataforma PF

É composta pelos clientes com menor renda e menor volume de investimentos.

Clientes com **renda abaixo de R\$ 5.000,00**

Investimento abaixo de R\$ 100.000,00

Esses clientes geralmente buscam produtos básicos, crédito pessoal, cartões e serviços transacionais.

O volume de clientes costuma ser elevado e o atendimento prioriza agilidade e eficiência.

Perfil

O segmento Perfil contempla clientes que apresentam potencial de relacionamento mais amplo.

Clientes com **renda acima de R\$ 5.000,00 e até R\$ 15.000,00**

Investimento acima de R\$ 100.000,00

São clientes que já possuem maior capacidade financeira e podem demandar produtos e serviços como:

- Investimentos;
- Crédito imobiliário;
- Seguros;
- Previdência;
- Cartões diferenciados.

Nesse grupo, o papel do Gerente de Relacionamento passa a ser mais consultivo.

Não basta vender produtos isolados. É necessário compreender a fase da vida do cliente para apresentar as melhores alternativas.

O cliente Perfil busca um relacionamento que combine conveniência, orientação e acesso a soluções adequadas às suas necessidades.

Um erro comum é enxergar o cliente apenas pela renda.

O que realmente diferencia um bom GR é sua capacidade de entender:

- Objetivos;
- Momento de vida;
- Necessidades futuras;
- Capacidade financeira.

A partir dessa análise, torna-se possível construir um relacionamento duradouro.

Afinidade

O Afinidade representa o segmento de alta renda do Banrisul.

Clientes com **renda acima de R\$ 15.000,00**

Investimento acima de R\$ 300.000,00

Atividades Estratégicas: (médicos, dentistas, engenheiros, arquitetos, analistas de sistemas computacionais).

Grupo Familiar Afinidade: Cônjuges e filhos(as) de clientes já enquadrados também podem integrar a mesma carteira.

O público Afinidade representa menos de **5%** da base, mas concentra:

- **62% da Captação PF do Banco**
- **31% Carteira de crédito PF**

Demonstrando a importância do Segmento no Banco.

Esses clientes possuem maior capacidade financeira e costumam valorizar:

- Conveniência;
- Rapidez;
- Atendimento diferenciado;
- Soluções completas;
- Relacionamento próximo.

O Gerente de Relacionamento Afinidade deve conhecer profundamente os produtos disponíveis e atuar como um verdadeiro consultor financeiro.

O cliente Afinidade apresenta expectativas mais elevadas em relação ao relacionamento bancário.

Esse público normalmente recebe abordagens de outras instituições financeiras e possui acesso a diversas alternativas de mercado.

Por isso, o Gerente de Relacionamento deve entregar valor continuamente.

Não basta oferecer produtos. É necessário demonstrar conhecimento, segurança e capacidade de entender o cenário financeiro do cliente.

O sucesso no atendimento desse público depende da qualidade do relacionamento e da antecipação das necessidades.

Modelo de Atendimento clientes afinidade

O objetivo principal é assegurar eficiência operacional e direcionamento adequado das demandas.

Clientes lotados em: Quem atende?

Carteira Afinidade		Gerente de Relacionamento Afinidade
Carteira Perfil		Gerente de Relacionamento Perfil
Carteira Plataforma PF		Atendimento direcionado pelo Gerente-Geral

Importante: Independentemente da carteira, todos os clientes devem receber atendimento respeitoso, resolutivo e alinhado aos padrões institucionais.

4. Rotinas Essenciais do Gerente de Relacionamento

A rotina do Gerente de Relacionamento não pode ser baseada apenas nas demandas que surgem ao longo do dia.

Os melhores resultados são consequência de planejamento e organização.

- Visão 360°

Consiste em analisar o cliente de forma completa.

O gerente deve conhecer:

- Produtos contratados;
- Movimentação financeira;
- Investimentos;
- Histórico de relacionamento;
- Potenciais oportunidades.

- Planejamento Comercial

Permite definir prioridades e organizar as ações da semana.

Um gerente organizado não espera as oportunidades aparecerem. Ele cria oportunidades.

- Agenda Semanal

Ajuda a distribuir contatos, visitas, retornos e acompanhamentos.

Sem agenda, o gerente corre o risco de atuar apenas de forma reativa.

- Gestão de Vencimentos

O acompanhamento de vencimentos é uma excelente oportunidade comercial.

O vencimento de um investimento, por exemplo, permite iniciar uma nova conversa sobre aplicações financeiras.

- Datas Importantes

Aniversários, datas comemorativas e acontecimentos relevantes fortalecem o relacionamento.

Muitas vezes, uma simples lembrança gera aproximação e confiança.

- Carteira de Investimentos

O acompanhamento contínuo dos investimentos permite identificar:

- Recursos sem rentabilização adequada;
- Oportunidades de diversificação;
- Possibilidades de retenção de recursos.

- Giro de Carteira

Consiste na movimentação constante da carteira, identificando clientes que precisam de maior atenção comercial.

O gerente deve evitar atuar sempre sobre os mesmos clientes.

5. Comunicação com Clientes

A comunicação é uma das competências mais importantes do Gerente de Relacionamento.

Um produto pode ser excelente, mas uma comunicação inadequada pode comprometer a experiência do cliente.

Canais Disponíveis

- WhatsApp (com autorização do cliente);
- Celular;
- Telefone da agência;

- E-mail.

Boas Práticas

Seja profissional

Mesmo em canais informais como o WhatsApp, a comunicação deve ser correta e profissional.

- **Evite abreviações**

Termos excessivamente informais podem transmitir falta de cuidado.

- **Priorize mensagens escritas**

As mensagens escritas permitem maior clareza, registro das informações e melhor experiência para o cliente.

- **Demonstre empatia**

Ouvir, compreender e respeitar o cliente é fundamental para construir confiança.

- **Seja cordial e assertivo**

Ser cordial não significa ser vago.

O gerente deve ser objetivo, claro e resolutivo.

6. Perfil Esperado do Gerente de Relacionamento

O Gerente de Relacionamento é um dos principais representantes do Banco perante o cliente. Por isso, sua postura influencia diretamente a percepção sobre a instituição.

O profissional esperado pelo Banrisul deve apresentar:

- Atuação dinâmica

Buscar oportunidades continuamente.

- Domínio técnico

Conhecer produtos, serviços e processos.

- Atualização constante

Manter-se informado sobre campanhas, regras e mercado financeiro.

- Interesse genuíno pelo cliente

Demonstrar preocupação real com as necessidades apresentadas.

- Empatia

Compreender situações e adaptar a comunicação.

- Cordialidade

Manter postura respeitosa em todas as interações.

- Apresentação e postura profissional

O treinamento destaca que clientes valorizam agilidade, resolutividade e qualidade nas entregas. Um comportamento profissional fortalece a credibilidade do gerente e contribui para a construção de relacionamentos duradouros.

Mensagem Final ao Novo GR

O sucesso no Segmento Pessoa Física não depende apenas de conhecimento sobre produtos. Ele está diretamente relacionado à capacidade de conhecer a carteira, planejar ações, construir relacionamentos de confiança e oferecer soluções adequadas para cada cliente. Um Gerente bem preparado transforma oportunidades em resultados e torna-se referência para seus clientes e para sua agência.