



MDRT: cinco passos para conquistar a certificação e transformar a sua carreira

Selo internacional reúne a elite mundial do setor financeiro. Confira dicas de especialista de como conquistar a certificação

Para corretores do setor financeiro, alcançar destaque em um mercado competitivo é um desafio diário. Mas existe uma forma de conseguir se diferenciar e abrir portas para novas oportunidades: o Million Dollar Round Table (MDRT). Considerado o “clube da excelência” das finanças, seguros e investimentos, esse selo internacional reúne a elite mundial do setor e funciona como um atestado de desempenho, ética e compromisso com os clientes.

“Ter o MDRT no currículo significa conquistar um reconhecimento internacional. Mais do que números, é uma validação de que o consultor financeiro entrega resultados consistentes, com ética e excelência no atendimento”, explica Philippe Enke Mathieu, CEO da GFX - Inteligência Financeira.

Fundada em 1927 e presente em mais de 70 países, o Million Dollar Round Table (MDRT) é uma associação global que reúne profissionais de destaque da área de finanças, seguros e investimentos. Não existe uma prova específica para conquistar a certificação: é necessário ser corretor, atingir determinados critérios de produção determinados pela organização (comissões, prêmios de seguro ou receita financeira) que comprovam excelência em vendas e atendimento ao cliente. Depois disso, o profissional se inscreve pelo site oficial da MDRT, apresentando relatórios de produção validados por sua empresa ou corretora. É importante saber que a certificação não é vitalícia,



precisa ser renovada anualmente, comprovando que os critérios mínimos de produção foram atingidos.

Alcançar a certificação não apenas posiciona o profissional entre a elite do setor, mas também abre portas para networking e maior credibilidade diante do mercado. Entretanto, para chegar a esse patamar, é preciso muito mais do que atingir metas financeiras, explica Mathieu: “É preciso ter clareza sobre os seus objetivos, investir em capacitação constante e usar a tecnologia como aliada na gestão da carteira. Mas o ponto central é construir relacionamentos de confiança, entendendo profundamente as necessidades de cada cliente. Quando você entrega valor real e resultados consistentes, o reconhecimento vem como consequência”, afirma.

O especialista também destaca que é importante seguir um planejamento estratégico para acelerar a conquista do MDRT. Confira cinco passos fundamentais:

1. Estabelecer metas claras

Definir objetivos específicos é essencial

para alinhar o trabalho diário com os critérios exigidos pelo MDRT. Quando o profissional sabe exatamente onde quer chegar, consegue organizar melhor o tempo e direcionar esforços para os clientes mais estratégicos. “O segredo está em transformar metas em rotina: pequenas conquistas diárias levam a grandes resultados”, destaca o CEO da GFX - Inteligência Financeira.

2. Investir em capacitação contínua

O mercado financeiro está em constante mudança, com novas ferramentas, regulações e produtos surgindo a todo momento. Por isso, participar de cursos, workshops e certificações mantém o corretor atualizado e preparado para oferecer as melhores soluções. Essa postura também demonstra ao cliente o compromisso em entregar o melhor atendimento.

3. Adotar ferramentas de gestão

A tecnologia é uma grande aliada para monitorar indicadores,

gerenciar contatos e manter a organização da carteira de clientes. Plataformas de CRM e softwares de análise de performance ajudam a ganhar eficiência e a enxergar oportunidades com mais clareza. “Quem controla números e resultados tem mais chance de alcançar a performance exigida pelo MDRT”, complementa o CEO.

4. Construir uma base sólida de relacionamento

A fidelização de clientes é um fator determinante para conquistar resultados consistentes. Estar presente, ouvir demandas e oferecer soluções personalizadas aumenta a confiança e fortalece a reputação profissional. Uma boa rede de contatos também pode ampliar o alcance do trabalho.

5. Contar com suporte especializado

Para franqueados, aproveitar ao máximo os treinamentos, mentorias e consultorias oferecidos pela rede é um diferencial competitivo. “Profissionais que utilizam essa estrutura conseguem acelerar o caminho rumo à certificação. Oferecemos uma estrutura completa de treinamentos, mentorias e consultorias justamente para encurtar o caminho dos nossos parceiros rumo ao MDRT. Quando o corretor utiliza esse suporte, também se sente mais seguro para superar desafios e conquistar resultados consistentes”, afirma Mathieu.

Quando o cliente vira fã

Bárbara Nogueira (*)

de forma individual, e não como parte de uma massa genérica.

A conexão emocional também é decisiva. As marcas que ficam na memória são aquelas que falam não apenas com a razão, mas também com a emoção. Linguagem transparente, design acolhedor, histórias bem contadas e até pequenas surpresas criam vínculos duradouros. Ao mesmo tempo, apostar na simplicidade como estratégia é o que garante engajamento. Processos claros, informações diretas e canais intuitivos reduzem fricções e permitem que o cliente aproveite ao máximo cada momento de interação.

Por fim, criar comunidade e engajamento fortalece a relação de longo prazo. Clientes querem pertencer a algo maior, e incentivar feedback, promover trocas em redes sociais e desenvolver programas de fidelidade inteligentes gera a sensação de pertencimento e transforma o consumidor em um defensor natural da marca.

O case do Nubank ilustra bem esses princípios, assim como a Disney o faz em outro setor. Mas a grande mensagem é que qualquer empresa pode e deve aplicar esses fundamentos. Encantar clientes não é um detalhe, é uma estratégia central de negócios.

Para líderes e gestores, o desafio está em compreender que inovação vai muito além de tecnologia. Inovar também significa humanizar relações, reduzir burocracias e transformar interações rotineiras em experiências memoráveis. Quando simplicidade, personalização e proximidade se tornam parte da cultura da empresa, os resultados aparecem não apenas no crescimento do negócio, mas também na construção de marcas que geram orgulho e fidelidade.

(*) Diretora, Career Advisor & Headhunter da Prime Talent, empresa presente em 27 países pela Agilium Group.

PMEs digitais movimentam R\$ 19,4 bi e mantém crescimento

Levantamento da LWSA aponta que PMEs apostam em multicanalidade, inteligência artificial e ERP para impulsionar vendas diretas. As Pequenas e Médias Empresas (PMEs) registraram um volume de R\$ 19,4 bilhões em vendas de lojas próprias e marketplaces no segundo trimestre deste ano, em transações registradas por plataformas como Tray e Bagy (e-commerce) e Bling (ERP), entre outras, pertencentes à LWSA, ecossistema de soluções digitais para empresas de todos os tamanhos.

O resultado representa um crescimento de 15,1% do GMV transacionado pelo ecossistema em relação ao mesmo período do ano passado e 6,7% maior do que o registrado no 1T25. Nas lojas próprias, segundo as marcas da LWSA, houve crescimento de 13,3% vs. 2T24 nas vendas realizadas pelos empreen-

dedores que utilizam as soluções do ecossistema.

Para Marcelo Navarini, diretor do Bling, soluções de gestão como as oferecidas pela plataforma facilitam o dia a dia do empreendedor, automatizando processos, dando mais eficiência, mais tempo e dados para que a empresa estruture estratégias para escalar vendas e aumentar sua rentabilidade. “A combinação de planejamento, gestão eficiente e a utilização da plataforma de ERP combinada com a de e-commerce dão ao empreendedor as ferramentas necessárias para escalar o negócio”, explica.

O Bling conta com um home banking que permite a gestão financeira da empresa de ponta a ponta com soluções de pagamento, antecipação de recebíveis e créditos, controle de contas a pagar, entre

outros serviços, otimizando a operação das PMEs no comércio eletrônico.

Atualmente, a LWSA atende mais de 700 mil clientes – a maioria deles, PMEs. A receita líquida do segmento de Commerce da companhia atingiu R\$266 milhões no segundo trimestre do ano, crescimento de 15,4%, em comparação com igual período do ano passado.

De acordo com Thiago Mazeto, diretor de Commerce (Tray, Bagy e Melhor Envio), o uso de ferramentas de vendas e marketing e a integração com marketplaces potencializam as oportunidades dos empreendedores aumentarem seus resultados. “Estamos chegando no trimestre final do ano, um momento estratégico para o varejo, com datas importantes como Black Friday e Natal que impulsionam as vendas e aumentam as chances de fidelização de novos clientes”, aponta.

Outro ponto fundamental é usar dados de forma inteligente para personalizar interações. Mais do que acumular informações, trata-se de transformar números em insights que antecipem necessidades. Recomendações úteis, alertas relevantes e comunicações direcionadas mostram ao cliente que ele é visto

Empresas & Negócios

3043-4171

Gestão da cadeia farmacêutica exige tecnologia e foco em sustentabilidade

Eduardo Zanetti (*)

Avanços digitais ajudam a garantir segurança e eficiência no abastecimento de medicamentos, com menor custo e menos desperdício. A gestão da cadeia de suprimentos no setor farmacêutico é fundamental para garantir que os medicamentos cheguem aos pacientes com qualidade, segurança e pontualidade. Cada etapa do processo, da produção à entrega, deve ser coordenada para garantir integridade, padronização e disponibilidade. Com o apoio da tecnologia e da análise de dados, esse processo

pode se tornar mais ágil, econômico e sustentável.

Soluções digitais permitem um controle mais preciso da movimentação dos insumos e ajudam a manter a integridade dos produtos durante todo o trajeto. O uso de dados em larga escala antecipa tendências de consumo e ajusta os níveis de estoque, reduzindo perdas por escassez ou excesso. Há casos em que a adoção de sistemas inteligentes reduziu em até 25% o tempo médio de permanência dos produtos em estoque. A ruptura, quando o medicamento está indisponível, caiu mais

de 50%. Em alguns casos, o descarte de produtos foi reduzido em até 46%, o que representa queda direta em custos com perdas por validade vencida, vida útil reduzida ou avarias.

A complexidade da cadeia logística exige o acompanhamento constante de indicadores como nível de serviço, rotatividade de estoque, percentual de pedidos entregues no prazo, custos operacionais e índice de devoluções. A natureza regulada do setor impõe ainda desafios como controle rigoroso de qualidade, rastreabilidade completa até o ponto de entrega, resposta a

emergências e integração tecnológica em larga escala.

Ferramentas como radiofrequência (RFID), Internet das Coisas (IoT) e blockchain têm sido adotadas por empresas para rastrear estoques em tempo real, aumentar a segurança e prevenir fraudes. Segundo o Instituto de Logística e Supply Chain (Ilos), 42% das empresas do setor já incorporaram sistemas avançados de gestão e rastreamento. Além disso, algoritmos de previsão contribuem para o planejamento da produção e da distribuição. A automação dos centros de distribuição

melhora a precisão e reduz falhas na separação e embalagem dos itens. Tudo isso garante que o medicamento certo esteja disponível no momento e local adequados, e com menor custo. Por fim, uma cadeia de suprimentos bem gerida protege a integridade dos medicamentos desde a origem até o paciente. Reduz os riscos de contaminação, uso indevido ou adulteração. E cumpre o propósito maior de quem atua no setor: ampliar o acesso e melhorar a saúde da população.

(*) É sócio e diretor de Saúde, Segurança e Serviços Públicos da Falconi.