



Manual Completo para  
Entrevista no  
**ITAÚ**  
**PERSONNALITÉ**

---

As perguntas mais frequentes nas seleções, o que o entrevistador realmente avalia e como se preparar para se destacar.

MATERIAL EXCLUSIVO B7

## O QUE É O ITAÚ PERSONNALITÉ?

O Personalité é o segmento de alta renda do Itaú Unibanco, criado para atender clientes com demandas financeiras mais complexas, que buscam exclusividade, conveniência e soluções personalizadas.

Diferente do varejo tradicional, onde o foco está em volume de atendimentos e produtos padronizados, o Personalité opera com uma lógica completamente diferente: relacionamento consultivo, experiências exclusivas e soluções sob medida para cada cliente.

### Foco no cliente

O diferencial do Personalité está em sua abordagem centrada no cliente. O objetivo principal é unificar todo o fluxo financeiro do cliente no Itaú — investimentos, créditos, seguros e cartões de crédito. Isso se chama principalidade: o banco sendo a primeira e principal escolha financeira do cliente.

### Experiência exclusiva

O Personalité oferece mais do que produtos financeiros — entrega momentos únicos e experiências memoráveis, como eventos exclusivos, ingressos para competições internacionais de tênis (como o Miami Open), degustações, viagens e benefícios personalizados. É exatamente por isso que Carlos Alcaraz, multicampeão de Grand Slam, é o garoto-propaganda do banco: ele representa o universo que o cliente Personalité frequenta.

### Prioridades no atendimento

NPS (Net Promoter Score): o índice de satisfação do cliente é uma métrica crucial no segmento, com metas crescentes acima de 95%. É um reflexo direto do encantamento gerado pelo atendimento.

Resultado sustentável: a busca pelo relacionamento a longo prazo supera interesses de curto prazo. O gerente Personalité pensa em décadas, não em meses.

### Diferenciais do segmento

Enquanto o varejo foca em produtos de alta margem em escala, o Personalité se destaca por:

- Investimentos: core do segmento, com foco em diversificação e blindagem patrimonial. O gerente precisa dominar renda fixa, renda variável, fundos multimercado e previdência.
- Crédito com garantia: soluções imobiliárias e de investimentos, promovendo crédito mais sustentável e com menor risco para ambas as partes.
- Seguros: ênfase em seguros de vida, sucessão patrimonial e seguros diversos.
- Cartões de crédito exclusivos: incentivo ao uso dos cartões Infinite e Black, com benefícios superiores que fortalecem o relacionamento.

### Modelos de atendimento

O Personalité opera em três formatos: agências físicas (espaços exclusivos para atendimento presencial), Investment Centers (centros especializados em investimentos) e atendimento digital (com a mesma qualidade e personalização do presencial).

## ESTRUTURA DE CARGOS E REMUNERAÇÃO

O segmento Personalité oferece uma estrutura de carreira clara com oportunidades para diferentes perfis. A hierarquia vai do suporte operacional até a gestão da agência. Entender essa estrutura é fundamental tanto para a entrevista quanto para planejar sua trajetória no banco.

Importante: os valores abaixo são os praticados no mercado com base em informações atualizadas. O PLR (Participação nos Lucros e Resultados) é pago semestralmente e varia conforme desempenho individual e da agência.

CARGO	FUNÇÃO	SALÁRIO	PLR (semestral)
<b>Agente de Negócios (AN)</b>	Assistente dos gerentes de carteira, apoio operacional e primeiro atendimento ao cliente	R\$ 4.500	R\$ 10.000 (média)
<b>Gerente Conquista</b>	Foco em captação de novas contas, primeiro degrau de carteira no segmento. Meta média: 90 contas/mês	R\$ 5.000 a R\$ 7.000	R\$ 10.000 a R\$ 18.000
<b>Gerente Smart</b>	Base maior com perfis variados, prepara clientes para migrar para carteiras superiores. Atende também clientes com potencial de entrada no Personalité.	R\$ 8.500 (média)	R\$ 18.000 a R\$ 23.000
<b>Gerente Builder</b>	Foco em construção e desenvolvimento de carteira. Atende clientes que acabaram de entrar no banco.	R\$ 8.500 a R\$ 9.000	R\$ 18.000 a R\$ 25.000
<b>Gerente Premium</b>	Base mista de clientes, trabalha com captação de recursos e negociações de valores altos. Meta mais focada em crédito.	R\$ 8.500 a R\$ 9.000	R\$ 20.000 a R\$ 25.000
<b>Gerente High (I e II)</b>	Atende clientes de alta exigência, investidores com maior nível de patrimônio. Meta mais focada em captação.	R\$ 10.000 a R\$ 12.000	R\$ 25.000 a R\$ 35.000
<b>Gerente Geral (GG)</b>	Responsável pela agência, lidera a equipe e responde pelos resultados da unidade. Gerencia toda a equipe de GRs e Agentes.	R\$ 15.000 a R\$ 18.000	R\$ 70.000 a R\$ 90.000

### Progressão de carreira

A entrada mais comum se dá pelo cargo de Agente de Negócios ou Gerente Conquista. A partir daí, a progressão típica é: Gerente Smart ou Builder → Gerente Premium → Gerente High → Gerente Geral.

Vale destacar que o banco não exige, necessariamente, que você comece pelo cargo mais básico. Candidatos com repertório, certificação e perfil adequado podem ingressar diretamente em cargos de gerência, especialmente nos períodos de maior contratação.

Atenção: a certificação exigida para cargos de gerência no Personalité é a C-PRO R (Certificação de Profissionais de Relacionamento) da ANBIMA. A CPA base é pré-requisito para a C-PRO R.

## PERGUNTA 01

### Você conhece a sua carteira atual? Quais são os passivos e os ativos dela?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa é, disparada, uma das perguntas mais frequentes em entrevistas para o Personalité — e também uma das que mais elimina candidatos. O entrevistador não está fazendo uma pergunta técnica sobre contabilidade bancária. Ele quer saber se você é um gerente que domina o próprio negócio ou apenas alguém que trabalha na carteira sem entender o que está acontecendo nela.

No segmento de alta renda, o gerente é tratado como um gestor de negócio. Você não é só um atendente — você é responsável por uma carteira que pode ter dezenas de milhões de reais. Se você não sabe os números básicos dela, como vai tomar decisões estratégicas? Como vai identificar oportunidades? Como vai defender seu resultado em uma reunião com a superintendência?

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você tem visão de dono do negócio
- Se acompanha indicadores de performance
- Se sabe diferenciar ativos (investimentos, crédito concedido) de passivos (captação, recursos dos clientes)
- Se você será capaz de reportar resultados e defender metas

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Chutar números ou arredondar demais ('Ah, acho que uns 30 milhões...')
- Confundir ativos com passivos
- Dizer que não lembra porque 'o sistema mostra'
- Falar apenas do volume total sem detalhar composição

#### COMO SE PREPARAR

Na véspera da entrevista, abra o sistema e anote: volume total de ativos sob gestão (AuM), volume de passivos (captação líquida), quantidade de clientes na carteira, ticket médio por cliente, composição dos investimentos (% em renda fixa, % em renda variável, % em previdência), volume de crédito concedido e índice de inadimplência da carteira.

#### Exemplo de resposta fraca

Minha carteira tem mais ou menos uns 40 milhões, a maioria em investimentos. Tenho bastante cliente de crédito também.

### Exemplo de resposta forte

Minha carteira hoje tem R\$ 47 milhões em ativos sob gestão. Desses, aproximadamente 60% está em renda fixa, 25% em fundos multimercado e previdência, e 15% em renda variável. Em passivos, tenho cerca de R\$ 12 milhões em captação líquida. Atendo 180 clientes, com ticket médio de R\$ 260 mil. No crédito, tenho R\$ 8 milhões concedidos, com inadimplência abaixo de 2%, que é inferior à média da agência.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- E como está a evolução dessa carteira nos últimos 6 meses?
- Qual produto mais cresceu na sua carteira esse ano?
- Qual é a sua meta de captação e como você está em relação a ela?

### INSIGHT PARA VOCÊ

A maioria dos candidatos não sabe os números da própria carteira. No dia a dia, a gente acaba não decorando. Mas em TODA entrevista perguntam sobre a carteira. Separe 30 minutos antes da entrevista só para revisar seus números. Esse pequeno preparo te coloca na frente de 80% dos candidatos.

## PERGUNTA 02

### Quem são os seus principais investidores?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

No Personnalité, os maiores investidores da carteira são os clientes mais estratégicos. São eles que geram a maior parte da receita de serviços, que têm potencial para novos negócios (crédito, seguros, previdência) e que, se saírem, causam o maior impacto no resultado.

O entrevistador quer saber se você conhece essas pessoas de verdade — não só o nome e o CPF, mas o perfil, o comportamento, as preferências, o momento de vida. Um bom gerente Personnalité constrói relacionamento. Um gerente mediano só faz atendimento.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você conhece profundamente seus clientes-chave
- Se entende o perfil de investidor de cada um (conservador, moderado, arrojado)
- Se mantém relacionamento ativo ou só fala com eles quando precisa vender algo
- Se sabe identificar oportunidades de negócio nesses clientes

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Não lembrar o nome dos principais clientes
- Saber apenas o volume investido, sem conhecer o perfil
- Falar de forma genérica ('Tenho uns 5 clientes grandes...')
- Demonstrar que só entra em contato quando tem meta para bater

#### COMO SE PREPARAR

Faça uma lista dos seus 5 a 10 maiores investidores com: nome, volume investido, perfil de risco (API), principais produtos que possui, último contato relevante que você teve e alguma característica pessoal (profissão, família, hobby).

#### Exemplo de resposta fraca

Meus maiores investidores são três clientes que têm mais de 1 milhão cada. São pessoas mais conservadoras que gostam de CDB.

### Exemplo de resposta forte

Meu maior investidor é o Sr. Roberto, empresário do ramo de logística, com R\$ 2,3 milhões na carteira. Ele tem perfil moderado, mas com viés conservador — gosta de previsibilidade. Hoje está 70% em CDB e LCI, 20% em um fundo multimercado que eu indiquei ano passado, e 10% em previdência PGDL por causa do benefício fiscal. Conversei com ele há duas semanas sobre a reserva de oportunidade que ele está montando para um imóvel comercial. Minha segunda maior investidora é a Dona Helena, aposentada, viúva, R\$ 1,8 milhão. Perfil totalmente conservador. Com ela, meu papel é mais de proteção patrimonial e planejamento sucessório.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- E quando foi a última vez que você conversou com esse cliente?
- Esse cliente tem todo o dinheiro dele com você ou tem investimentos fora?
- Qual oportunidade você enxerga para esse cliente nos próximos meses?

### INSIGHT PARA VOCÊ

O entrevistador consegue perceber rapidamente se você tem relacionamento real ou se só conhece o cliente pelo extrato. Detalhes pessoais — profissão, momento de vida, última conversa — mostram que você constrói conexão genuína.

## PERGUNTA 03

### Quem são os seus principais clientes de cartão?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Cartão de crédito é um dos produtos mais estratégicos do banco: gera receita recorrente (anuidade, intercâmbio), fortalece o relacionamento e é um termômetro de engajamento — cliente que não usa cartão provavelmente tem o relacionamento principal em outro lugar. No Personalité, os cartões Black e Infinite são símbolos de status. Mas existe um outro lado que muitos candidatos esquecem: cartão também é risco. Clientes com faturas altas geram receita, mas também representam exposição significativa. O gerente que entende isso demonstra maturidade e visão completa do negócio.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você acompanha indicadores além dos investimentos
- Se entende o cartão como ferramenta de relacionamento
- Se conhece o perfil de consumo dos clientes
- Se identifica oportunidades de upgrade ou ativação
- Se você entende a relação entre receita e risco no cartão
- Se acompanha sinais de alerta e age preventivamente

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Nunca ter olhado o ranking de faturamento de cartão da carteira
- Achar que cartão 'é coisa do segmento de varejo'
- Não saber quais clientes têm cartão ativo vs. inativo
- Falar só da receita sem mencionar a gestão de risco

#### COMO SE PREPARAR

Levante antes da entrevista: os 5 clientes que mais faturam no cartão, o volume médio de faturamento mensal, quais cartões possuem (Infinite, Black, Platinum), se há clientes de alto potencial sem cartão premium, e se existe algum cliente com comportamento que levanta alerta.

#### Exemplo de resposta fraca

Eu tenho alguns clientes que usam bastante o cartão, principalmente o Infinite. Mas não sei exatamente quem fatura mais.

### Exemplo de resposta forte

Meu cliente que mais fatura no cartão é o Dr. Marcelo, médico, fatura em média R\$ 45 mil por mês no Infinite. Ele viaja muito e usa bastante os benefícios de sala VIP. Foi por causa dos pontos que consegui estreitar o relacionamento e trazer os investimentos dele pra cá.

Mas eu tenho um cliente que exige atenção especial: o Sr. Paulo, empresário, que fatura cerca de R\$ 180 mil por mês. Ele me traz uma receita excelente, mas também representa um risco relevante. Por isso eu acompanho de perto — fico atento a qualquer mudança de padrão. Se eu identificar algum sinal de alerta, já começo a reduzir o limite de forma proativa. Prefiro tomar uma ação preventiva do que ter um prejuízo grande depois.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Você tem clientes com alto patrimônio que não usam o cartão do banco?
- Como você usa o cartão como ferramenta de relacionamento?
- Você já teve que reduzir limite de algum cliente? Como foi essa conversa?
- O que você considera um sinal de alerta em cliente de cartão?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Muitos gerentes focam só em investimentos e esquecem que o cartão é uma porta de entrada poderosa. Cliente que usa o cartão no dia a dia lembra do banco todos os dias. Mas não esqueça: alto faturamento também é alto risco. Mostrar que você entende essa dualidade diferencia candidatos.

## PERGUNTA 04

### Quem são os principais devedores da sua carteira?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Crédito é uma faca de dois gumes: quando bem concedido, gera receita e fortalece o relacionamento; quando mal gerido, vira inadimplência e problema. O entrevistador quer saber se você acompanha o risco da sua carteira ou se só ‘empurra crédito’ para bater meta e depois esquece.

Um bom gerente Personnalité sabe quem está devendo, há quanto tempo, qual foi a causa, e qual estratégia está usando para recuperar. Isso mostra maturidade, responsabilidade e visão de longo prazo.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você acompanha a inadimplência da carteira
- Se assume responsabilidade pelo crédito que concede
- Se sabe diferenciar atraso pontual de risco real
- Se tem estratégia de cobrança e recuperação

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Não saber o índice de inadimplência da sua carteira
- Culpar o cliente ou a economia pela inadimplência
- Demonstrar que não acompanha crédito depois da concessão
- Achar que cobrança ‘é trabalho de outro setor’

#### COMO SE PREPARAR

Antes da entrevista, verifique: índice de inadimplência total da carteira, quais clientes estão com atraso acima de 30, 60 e 90 dias, qual é o motivo do atraso em cada caso (perda de emprego, problema empresarial, esquecimento) e quais ações você tomou para recuperar.

#### Exemplo de resposta fraca

Tenho alguns clientes com atraso, mas o pessoal da cobrança está cuidando. Crédito é sempre um risco, né?

### Exemplo de resposta forte

Minha carteira tem R\$ 8 milhões em crédito concedido, com inadimplência de 1,8% — abaixo da média da agência, que é 2,5%. Tenho dois casos que acompanho de perto: um cliente empresário que atrasou porque a empresa dele teve um problema de fluxo de caixa — estou negociando uma renegociação com parcelas menores até ele se recuperar. E um cliente que atrasou por esquecimento e já regularizou depois que liguei. Eu prefiro acompanhar de perto antes de virar um problema maior, porque depois que entra em cobrança judicial, o relacionamento já era.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Você já deixou de conceder crédito para algum cliente mesmo com limite aprovado?
- Como você avalia se um cliente vai conseguir pagar antes de oferecer crédito?
- Já teve algum caso de inadimplência que te ensinou algo?

### INSIGHT PARA VOCÊ

O banco quer gerentes que pensam em resultado sustentável, não em meta de curto prazo. Mostrar que você acompanha a inadimplência e age proativamente demonstra que você pensa como dono do negócio.

## PERGUNTA 05

### Como foi o seu último atendimento com o seu maior investidor?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa pergunta é um teste de relacionamento real. Qualquer um pode decorar números de carteira. Mas descrever um atendimento específico, com detalhes, contexto e resultado? Só quem realmente vive a carteira consegue fazer isso de forma convincente.

O entrevistador quer ver você em ação. Ele quer visualizar como você conduz uma conversa com um cliente importante — sua postura, sua abordagem, sua capacidade de gerar valor.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você mantém contato frequente com clientes estratégicos
- Como você conduz um atendimento consultivo
- Se gera valor nas interações ou só faz contato quando precisa vender
- Sua capacidade de criar conexão e confiança

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Não lembrar do último contato com seu maior cliente
- Descrever um atendimento genérico ('Liguei pra saber se estava tudo bem')
- Falar só de produto, sem mostrar conexão pessoal
- Demonstrar que só fala com cliente grande quando tem meta

#### COMO SE PREPARAR

Relembre seu último contato significativo com seu maior investidor: qual era o motivo do contato, foi presencial, por telefone ou mensagem, o que foi discutido, houve alguma decisão ou encaminhamento, e qual foi o resultado para o cliente e para o banco.

#### Exemplo de resposta fraca

Eu liguei pra ele semana passada pra falar de um fundo novo que a gente está oferecendo. Ele disse que ia pensar.

### Exemplo de resposta forte

Meu último contato com o Sr. Roberto foi há 10 dias. Liguei porque vi que venceu um CDB de R\$ 300 mil dele e queria entender o que ele pretendia fazer com o recurso. Na conversa, ele me contou que está pensando em comprar um apartamento para o filho que vai casar ano que vem. A partir disso, entendi que ele precisava de liquidez, então sugeri reaplicar em um CDB com liquidez diária, rendendo 102% do CDI, enquanto ele não define a data da compra. Ele gostou porque não sabia que tinha essa opção. Aproveitei pra perguntar se ele já tinha pensado no financiamento para o filho, e ele pediu pra eu simular. Tenho reunião marcada com ele e o filho na próxima terça. Ou seja, um contato de renovação virou oportunidade de crédito imobiliário e de trazer um cliente novo.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Com que frequência você fala com seus maiores clientes?
- Você costuma fazer contato proativo ou espera o cliente procurar?
- Qual foi o atendimento mais difícil que você já teve com um cliente grande?

### INSIGHT PARA VOCÊ

O segredo de um bom atendimento Personalité é transformar cada contato em uma conversa de valor. Não é sobre vender produto — é sobre entender momento de vida e oferecer soluções. O entrevistador quer ver isso na sua resposta.

## PERGUNTA 06

### Me conta um case em que você trouxe investimentos. Quanto foi? Como foi a reunião?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Captação é o coração do negócio no segmento de alta renda. O banco quer gerentes que sabem prospectar, argumentar, contornar objeções e fechar negócio. Essa pergunta é a sua chance de mostrar que você não é só um atendente — você é um closer.

Mais do que o valor captado, o entrevistador quer entender seu processo: como você identificou a oportunidade, como abordou, como lidou com objeções, e como fechou.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Sua capacidade de identificar oportunidades de captação
- Como você aborda o cliente (consultivo vs. agressivo)
- Como lida com objeções
- Se consegue conduzir uma negociação até o fechamento
- Se tem resultados concretos para mostrar

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Não ter um case preparado
- Contar um case vago sem números
- Focar só no resultado sem explicar o processo
- Parecer que foi sorte e não estratégia

#### COMO SE PREPARAR

Escolha seu melhor case de captação e estruture assim: (1) Contexto — quem era o cliente, de onde veio a oportunidade; (2) Abordagem — como você iniciou a conversa; (3) Objeções — o que o cliente questionou; (4) Argumentação — como você respondeu; (5) Fechamento — o que fez ele decidir; (6) Resultado — quanto veio, em qual produto, houve desdobramentos.

#### Exemplo de resposta fraca

Ano passado eu trouxe R\$ 500 mil de um cliente. Ele tinha dinheiro na XP e eu ofereci uma taxa melhor, aí ele trouxe.

### Exemplo de resposta forte

Um dos cases que mais me marcou foi no início desse ano. Eu atendo a Dona Márcia, que tem R\$ 400 mil comigo, perfil conservador. Em uma conversa de rotina, ela comentou que o marido tinha acabado de vender uma empresa e estavam com R\$ 1,2 milhão parado em uma corretora que um amigo indicou.

Pedi pra ela me contar mais. Ela disse que não entendia muito o que tinham feito com o dinheiro. Perguntei se ela teria interesse em trazer o marido para uma conversa. Ela aceitou.

Na reunião, o marido veio meio desconfiado. Eu não tentei vender nada. Pedi pra ele me mostrar o extrato da corretora e fui explicando o que eram cada um dos investimentos. Mostrei que ele estava com 40% em renda variável, sendo que nem sabia. Ele ficou incomodado porque o perfil deles era conservador.

Apresentei uma proposta: migrar para uma carteira adequada ao perfil, com mais previsibilidade, e com o meu acompanhamento direto. No final, ele trouxe R\$ 800 mil e disse que ia avaliar meu trabalho por 6 meses. Três meses depois, trouxe os outros R\$ 400 mil e a reserva de emergência. Hoje eles têm R\$ 1,5 milhão comigo.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- O que você faria diferente se pudesse refazer essa negociação?
- Quanto tempo levou do primeiro contato até o dinheiro cair?
- Você tem meta de captação? Como está em relação a ela?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Tenha pelo menos um case de captação bem estruturado na ponta da língua — com números reais. O entrevistador quer entender se você conhece o seu negócio. A maioria dos candidatos chega sem case preparado. Você não vai ser um deles.

## PERGUNTA 07

### Quais são os principais concorrentes do Personalité?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa pergunta parece simples, mas é uma armadilha para quem não está antenado ao mercado. O entrevistador quer saber se você entende o cenário competitivo de verdade — não o que está no PowerPoint institucional, mas o que acontece na prática, quando você perde ou ganha um cliente.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você tem visão real de mercado
- Se entende para onde o dinheiro está indo
- Se sabe diferenciar concorrência direta (outros bancos) da concorrência real (corretoras e plataformas)
- Se você se atualiza sobre movimentos do mercado

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Dar a resposta óbvia e genérica (Bradesco Principal, Santander Select)
- Não saber mencionar XP, BTG, Inter, etc.
- Demonstrar que nunca perdeu cliente para corretora
- Falar mal da concorrência de forma arrogante

#### COMO SE PREPARAR

Refleta sobre sua experiência real: para onde foram os últimos clientes que você perdeu, quais argumentos eles usaram para sair, quais ofertas da concorrência estão tirando seu sono, o que as corretoras oferecem que o banco ainda não consegue entregar.

#### Exemplo de resposta fraca

Os principais concorrentes são o Bradesco Principal e o Santander Select. Às vezes o cliente vai pra Caixa também por causa de crédito imobiliário.

### Exemplo de resposta forte

Se você me perguntasse isso há 5 anos, eu diria Bradesco Principal, Santander Select. Mas a realidade mudou. Hoje, a principal saída de dinheiro que eu vejo não é para outros bancos — é para XP e BTG. O cliente não está comparando gerente com gerente, está comparando relacionamento bancário com plataforma digital com assessor dedicado.

O que eles oferecem? Sensação de autonomia, acesso a produtos que a gente não tem na prateleira, atendimento rápido por WhatsApp, e muitas vezes um discurso de que banco só oferece produto da casa.

Por outro lado, o que eu uso a nosso favor: solidez, crédito competitivo, seguros, o fato de ter um gerente que resolve tudo em um lugar só. O cliente que quer comodidade e segurança ainda prefere o banco. Mas a gente precisa mostrar isso ativamente.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Você já perdeu cliente para XP ou BTG? Como foi?
- O que você faz para se diferenciar de um assessor de corretora?
- Você acha que o banco está preparado para essa concorrência?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Geralmente as pessoas falam Bradesco Principal, mas a principal saída de dinheiro é para a XP e BTG. Mostrar que você sabe disso demonstra que você vive o mercado, não só o banco. Essa resposta separa quem está antenado de quem está no piloto automático.

## PERGUNTA 08

### O que você faria se o seu cliente quisesse levar R\$ 1 milhão para outra instituição?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa é uma pergunta de pressão. O entrevistador quer ver como você reage diante de uma situação de perda iminente: você entra em desespero e sai oferecendo taxa? Você culpa o cliente ou a concorrência? Ou você mantém a calma, entende a situação e negocia com inteligência?

Retenção é uma das habilidades mais valorizadas no segmento de alta renda. Cliente grande é disputado. Você vai perder alguns. Mas a forma como você lida com isso define se você é um gerente estratégico ou reativo.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Inteligência emocional sob pressão
- Capacidade de investigar antes de reagir
- Se você diferencia retenção de desespero
- Se entende que nem toda saída deve ser combatida

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Já começar oferecendo taxa ou benefício
- Ficar defensivo ou parecer desesperado
- Não perguntar o motivo da saída
- Prometer coisas que não pode cumprir

#### COMO SE PREPARAR

Tenha clareza sobre o processo ideal de retenção: (1) Ouvir — entender o motivo real da saída; (2) Investigar — para onde está indo, qual produto; (3) Avaliar — faz sentido tentar reter; (4) Argumentar — se houver risco, informar o cliente; (5) Negociar — se for o caso, apresentar alternativas sem desespero; (6) Aceitar — se ele decidir ir, manter a porta aberta.

#### Exemplo de resposta fraca

Eu ia tentar oferecer uma taxa melhor para ele ficar. Se ele ainda quisesse ir, ia escalar para o meu gerente geral.

### Exemplo de resposta forte

Primeiro, eu ia respirar fundo e não reagir de forma impulsiva. R\$ 1 milhão é muito dinheiro, mas se eu entrar em desespero, vou parecer vendedor de loja querendo bater meta.

Minha primeira pergunta seria: ‘Me conta o que motivou essa decisão.’ Eu preciso entender se foi alguma falha minha no atendimento, se foi uma oferta de rentabilidade, se foi influência de alguém próximo, ou se ele simplesmente quer diversificar.

Depois, eu ia perguntar: ‘Para qual produto você está levando esse dinheiro?’ Se ele está levando para um produto de risco incompatível com o perfil dele, eu tenho a obrigação de alertá-lo.

Se o motivo for taxa, posso até negociar alguma condição, mas não cubro qualquer oferta. Cliente que fica só por taxa vai sair de novo na próxima oferta melhor.

Agora, se eu entender que ele está indo porque encontrou um serviço melhor — aí eu preciso ser honesto comigo mesmo. Vou agradecer pela parceria e deixar claro que a porta está aberta. Muitos clientes voltam depois de alguns meses quando percebem que plataforma não substitui relacionamento.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Você já perdeu um cliente grande? Como foi?
- Tem algum cliente que você deixou ir e depois se arrependeu de não ter lutado mais?
- Qual a maior objeção que você já ouviu de um cliente querendo sair?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Cliente que sai só por taxa volta a sair por taxa. Cliente que fica pelo relacionamento é cliente de longo prazo. Mostre que você entende essa diferença.

## PERGUNTA 09

# Como a inteligência artificial tem contribuído para o nosso negócio?

### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

O setor financeiro está passando por uma transformação tecnológica acelerada. O entrevistador quer saber se você está atualizado, se sabe usar tecnologia a favor da produtividade, e se entende os limites éticos do uso de IA em um ambiente que lida com dados sensíveis.

Não basta saber que IA existe. O diferencial é mostrar que você já usa no dia a dia, de forma prática e responsável.

### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você está atualizado sobre transformação digital
- Se usa ferramentas de IA na prática
- Se entende os limites de compliance e sigilo
- Se consegue conectar tecnologia com experiência do cliente

### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Responder de forma genérica ('A IA vai mudar tudo')
- Não ter exemplos práticos de uso
- Parecer que nunca usou nenhuma ferramenta
- Ignorar os aspectos de sigilo e compliance
- Exagerar como se a IA fizesse o trabalho todo por você

### COMO SE PREPARAR

Pense em como você já usa (ou poderia usar) IA no dia a dia: elaboração de e-mails de oferta, análise de perfil do cliente para identificar oportunidades, criação de scripts de abordagem, resumo de informações complexas, gestão de tempo e organização de tarefas.

### Exemplo de resposta fraca

A inteligência artificial é uma tendência forte. Acho que vai ajudar muito o banco a ser mais eficiente. Eu ainda não uso muito, mas estou acompanhando.

### Exemplo de resposta forte

Eu uso IA no meu dia a dia de algumas formas práticas. Primeiro, na gestão de tempo: uso para me ajudar a organizar prioridades da semana, listar clientes que preciso contatar e estruturar minha agenda.

Segundo, na comunicação: às vezes preciso elaborar um e-mail de oferta ou um texto explicando um produto de forma simples. Uso IA para gerar um rascunho e depois ajusto com a minha linguagem e o contexto do cliente.

Terceiro, para analisar oportunidades: se eu tenho um cliente com determinado perfil — por exemplo, empresário, 45 anos, investidor moderado — posso usar IA para me ajudar a pensar quais produtos podem fazer sentido, quais perguntas fazer na próxima reunião, quais objeções podem surgir.

Agora, um ponto importante: eu nunca forneço dados sigilosos do cliente para nenhuma ferramenta de IA. Não coloco nome, CPF, valores, extrato — nada. Uso a IA como apoio ao meu raciocínio, não como repositório de informações sensíveis. Isso pra mim é inegociável.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Quais ferramentas de IA você usa?
- Você acha que a IA pode substituir o gerente de relacionamento?
- Como você garante que não está violando compliance ao usar IA?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Não basta saber que IA existe. Mostre que você já usa no dia a dia de forma ética e produtiva. E sempre deixe claro que você não compartilha informações sigilosas do cliente com nenhuma ferramenta externa.

## PERGUNTA 10

### Se você fosse o presidente do banco, o que você mudaria no Personalité?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa é uma pergunta de visão estratégica. O entrevistador quer saber se você pensa além do seu dia a dia operacional, se tem senso crítico construtivo, e se consegue propor melhorias sem ser destrutivo ou arrogante.

É também uma pergunta sobre maturidade. Qualquer um consegue criticar. Poucos conseguem propor soluções viáveis e alinhadas com a estratégia do negócio.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Pensamento crítico construtivo
- Visão estratégica de negócio
- Se você pensa como dono ou como funcionário
- Capacidade de propor melhorias sem desmerecer o atual
- Conhecimento das tendências do mercado

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Criticar de forma destrutiva ('Está tudo errado')
- Não ter nenhuma sugestão (parecer acomodado)
- Propor algo fora da realidade ou inviável
- Focar em coisas pequenas demais (cor do app, layout)
- Parecer que está reclamando de algo pessoal

#### COMO SE PREPARAR

Escolha UMA direção que você realmente acredita e consegue defender. Explique o contexto, proponha a mudança de forma construtiva, conecte com algo da sua experiência e mostre que você pensa no longo prazo. Possíveis direções: conexão com público jovem, especialização em nichos (saúde, tecnologia, agronegócio), experiência omnichannel, educação financeira como diferencial, investimentos ESG.

#### Exemplo de resposta fraca

Acho que o app poderia ser mais fácil de usar. Às vezes os clientes reclamam que não encontram as coisas.

### Exemplo de resposta forte

Uma coisa que eu trabalharia com prioridade é a conexão com o público jovem. O Personnalité historicamente atendeu muito bem um perfil mais maduro de cliente. Mas o perfil de quem tem dinheiro está mudando rapidamente — médicos jovens, sócios de startups, profissionais de tecnologia com salários altos. Esse público pensa diferente, consome diferente e tem uma relação com dinheiro diferente.

Eu vejo isso na minha própria carteira: quando atendo um cliente de 28, 30 anos com alto patrimônio, ele quer velocidade no digital, quer transparência, quer entender o que está acontecendo com o dinheiro dele de forma simples. Não quer se sentir 'cliente de banco de pai'.

Então eu investiria em uma jornada específica para esse perfil — não em detrimento do cliente mais maduro, mas como uma camada adicional. Porque quem conquista esse cliente jovem hoje, conquista décadas de relacionamento.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Como você faria essa mudança na prática?
- O que você acha que o Personnalité faz bem e deveria manter?
- Você já sugeriu alguma melhoria no seu dia a dia?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Essa pergunta separa quem só executa de quem pensa estrategicamente. Não existe resposta certa — existe resposta autêntica e bem fundamentada. Escolha uma direção que você realmente acredita, porque o entrevistador vai perceber se você está só repetindo algo que leu.

## PERGUNTA 11

### Quando você pensa em cultura, quais valores você mais se identifica ou pratica atualmente?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Toda grande empresa tem valores declarados. O Itaú não é diferente. Mas valores no papel não significam nada se as pessoas não os vivem. O entrevistador quer saber se você conhece os valores do banco, se existe alinhamento com quem você é — e mais importante — se você consegue dar exemplos concretos de como pratica esses valores.

Os seis valores do Itaú são: Todos pelo cliente, Ética é inegociável, Resultado sustentável, Diversidade nos fortalece, Colaboração multiplica e Inconformismo construtivo.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Fit cultural com o Itaú
- Se você conhece os valores do banco
- Se os valores fazem parte da sua identidade ou são só discurso
- Autenticidade — respostas decoradas são facilmente percebidas
- Capacidade de autoconhecimento

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Não conhecer os valores do banco
- Decorar os valores e recitá-los sem exemplos
- Escolher um valor ‘da moda’ sem conseguir sustentar
- Dar respostas genéricas (‘Eu sou muito ético’)
- Parecer que está dizendo o que o entrevistador quer ouvir

#### COMO SE PREPARAR

Leia todos os valores do Itaú. Escolha 1 ou 2 que você REALMENTE pratica — não os que parecem mais bonitos. Para cada valor, tenha um exemplo concreto e específico. Estrutura sugerida: explique o que o valor significa pra você, e apresente uma situação real com contexto, ação e resultado.

#### Exemplo de resposta fraca

Eu me identifico muito com a ética e com colocar o cliente em primeiro lugar. Sempre tento fazer o que é certo.

### Exemplo de resposta forte

Dois valores que eu realmente pratico são Resultado Sustentável e Inconformismo Construtivo.

Sobre o resultado sustentável: para mim, isso significa que eu não vendo produto pra bater meta — vendo porque faz sentido para o cliente. Já deixei de fazer uma operação de crédito porque entendi que o cliente estava em um momento de fragilidade e poderia se endividar além do que conseguiria pagar. No curto prazo, perdi aquela receita. No longo prazo, aquele cliente me indicou dois novos clientes.

Sobre o inconformismo construtivo: eu tenho o costume de questionar processos que não fazem sentido e propor alternativas. No meu time atual, percebi que a régua de contato com clientes era genérica — todo mundo recebia o mesmo e-mail na mesma data. Sugeri uma segmentação por momento de vida do cliente. Apresentei para o gerente geral e está em análise.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Você tem algum exemplo de quando precisou escolher entre bater meta e fazer o que era certo?
- Você conhece todos os valores do Itaú?
- Tem algum valor do banco que você sente que ainda precisa desenvolver?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Respostas decoradas são facilmente percebidas. O entrevistador quer ver se os valores fazem parte de quem você é, não só do que você fala. Por isso, não escolha o valor que parece ‘mais importante’ — escolha o que você realmente vive. Autenticidade vale mais do que tentar impressionar.

## PERGUNTA 12

### Dos pilares de cultura do Itaú, qual você menos se identifica e por quê?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa é uma das perguntas mais inteligentes e desafiadoras de uma entrevista de cultura. Ela parece uma armadilha — afinal, quem vai dizer que não se identifica com um valor do banco onde quer trabalhar?

Mas o entrevistador sabe disso. Ele não quer que você seja perfeito. Ele quer ver se você tem autoconhecimento real, honestidade e maturidade para reconhecer pontos de desenvolvimento — sem ser ingênuo ao ponto de demolir sua própria candidatura.

Os seis valores do Itaú são: Todos pelo cliente, Ética é inegociável, Resultado sustentável, Diversidade nos fortalece, Colaboração multiplica e Inconformismo construtivo.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Autoconhecimento genuíno
- Maturidade para reconhecer pontos de desenvolvimento
- Honestidade sem ingenuidade — saber ser vulnerável sem se autossabotar
- Se você conhece de fato todos os valores
- Se você tem uma postura de crescimento, não de conformismo

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Dizer que se identifica com todos igualmente (resposta evasiva e pouco crível)
- Escolher um valor central como ‘Ética é inegociável’ ou ‘Todos pelo cliente’
- Ser excessivamente crítico de si mesmo a ponto de comprometer a candidatura
- Dar uma resposta vaga sem reflexão real (‘Acho que todos são muito importantes’)
- Inventar uma fraqueza que na verdade é uma força disfarçada (‘Sou perfeccionista demais’)

#### COMO SE PREPARAR

Refleta com honestidade sobre cada pilar e como você se relaciona com ele no dia a dia. Escolha um valor com o qual você realmente tem menos naturalidade — mas que seja seguro o suficiente para não comprometer sua candidatura. Evite pilares centrais ao cargo. Prefira valores que você pode colocar dentro de uma narrativa de desenvolvimento consciente. Sempre finalize mostrando o que você está fazendo para evoluir nesse pilar.

### Exemplo de resposta fraca

Sinceramente, eu me identifico com todos os valores do Itaú. São valores muito completos e que eu pratico no meu dia a dia.

### Exemplo de resposta forte

Com honestidade, o pilar com o qual eu tenho mais esforço consciente é Colaboração Multiplica.

Não é que eu não colabore — colaboro. Mas por muito tempo eu fui muito autossuficiente. Vinha de um ambiente onde cada um resolvia seus próprios problemas, e acabei desenvolvendo um estilo de trabalho muito individual. Quando precisava de ajuda, custava pedir. Quando tinha um conhecimento, nem sempre me lembrava de compartilhar proativamente.

Percebi isso quando um colega me disse que eu era referência técnica no time, mas que as pessoas tinham um pouco de receio de me abordar porque eu parecia sempre focado no meu próprio trabalho.

Isso me impactou. Desde então, tenho feito um esforço consciente: reservo tempo para atualizar o time sobre o que aprendi, pergunto como posso ajudar antes de esperar o pedido, e quando alguém me procura para trocar ideia, paro o que estou fazendo.

Ainda é um ponto de desenvolvimento para mim. Mas é um desenvolvimento que eu já identifiquei e estou trabalhando ativamente.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- O que você está fazendo concretamente para desenvolver esse pilar?
- Você já teve alguma situação em que a falta desse valor te custou algo profissionalmente?
- Como você avalia que esse ponto pode impactar o seu trabalho no Personalité?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Essa pergunta é uma das mais reveladoras da entrevista. O entrevistador não quer perfeição — quer autoconhecimento. A resposta ideal tem três elementos: honestidade sobre o ponto de desenvolvimento, contexto que explica (não justifica) a origem, e evidência concreta de que você está evoluindo. Quem não tem ponto de desenvolvimento, na visão do banco, é quem não se conhece.

## PERGUNTA 13

### Você consegue me dar um exemplo de como já praticou ‘Todos pelo cliente’ em uma situação difícil?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Todos pelo cliente é o valor mais central da cultura Itaú — e também o mais fácil de falar e o mais difícil de provar. O entrevistador não quer ouvir que você ‘sempre prioriza o cliente’. Ele quer uma situação real, concreta, onde colocar o cliente em primeiro lugar custou algo pra você: uma meta, um conflito interno, um desconforto.

Essa pergunta existe exatamente porque no varejo é muito comum o profissional aprender a vender o que o banco quer, não o que o cliente precisa. O Personalité quer profissionais que rompam com esse padrão.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você tem integridade real ou só discurso
- Se consegue apresentar uma situação de tensão entre o interesse do banco/meta e o interesse do cliente
- Como você resolveu esse conflito
- Se você age orientado ao cliente mesmo quando isso tem um custo
  - Se você consegue diferenciar ‘vender bem’ de ‘vender o que é certo’

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Dar um exemplo genérico (‘Sempre atendo bem meus clientes’)
- Não ter nenhuma situação de tensão real na resposta
- Escolher um exemplo onde não havia nenhum custo ou dilema
- Apresentar um atendimento de qualidade como se fosse um sacrifício
- Parecer que nunca teve conflito entre meta e cliente

#### COMO SE PREPARAR

Pense em situações onde você teve que escolher entre o que era bom para o cliente e o que era bom para a sua meta. Exemplos reais: deixou de vender um produto porque não era adequado ao perfil do cliente; alertou um cliente sobre risco de um investimento mesmo sem ser questionado; recusou uma operação de crédito que geraria comissão mas poderia prejudicar o cliente. Estruture com contexto, dilema, decisão e consequência.

### Exemplo de resposta fraca

Uma vez um cliente ficou com dúvidas sobre um produto e eu passei mais de uma hora explicando tudo pra ele com calma até ele entender. Para mim, o cliente sempre vem em primeiro lugar.

### Exemplo de resposta forte

Uma situação que me marcou foi no final do trimestre passado. Eu estava faltando uma operação para bater minha meta de previdência. Tinha um cliente com perfil adequado, já estava quase convencido, mas durante a conversa percebi que ele estava em um momento de instabilidade financeira — tinha acabado de perder um sócio e estava com o fluxo de caixa da empresa comprometido.

Ele não tinha me contado isso diretamente, mas a conversa foi revelando. Eu poderia ter fechado a operação mesmo assim. Ele estava disposto. A meta fecharia.

Mas não fiz isso. Falei pra ele: ‘Eu acho que agora não é o momento certo. A previdência faz sentido pra você, mas acho que precisamos primeiro entender como está sua situação nos próximos meses e garantir que sua liquidez está protegida. Vamos revisitar isso daqui a três meses?’

Ele ficou surpreso — disse que era a primeira vez que um gerente de banco não insistia em fechar uma venda. Três meses depois, voltou, a situação estava estabilizada e fechamos a previdência com um aporte maior do que estava previsto. E me indicou um cliente novo.

Perdi a meta naquele trimestre? Sim. Mas construí um relacionamento que vale muito mais do que uma operação.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- E como seu gestor reagiu quando você não bateu aquela meta?
- Você acha que sempre é possível alinhar o interesse do cliente com o interesse do banco?
- Já teve alguma situação onde você priorizou a meta e se arrependeu?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Essa pergunta separa quem fala em cliente de quem age por cliente. O entrevistador quer ver o dilema real. Se a sua história não tem nenhum custo, ela não é convincente. Mostre que você já esteve num momento difícil e escolheu o cliente — e explique o que aconteceu depois.

## PERGUNTA 14

### Quem é Carlos Alcaraz e por que ele é o garoto-propaganda do Itaú Personnalité?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa pergunta parece leve, quase curiosa. Mas ela testa exatamente um dos principais diferenciais que o Personnalité busca em seus profissionais: repertório.

Todo mundo que chega perto da vaga sabe explicar produto. O que diferencia não está no conhecimento técnico — está no repertório. Falta leitura de contexto, referência cultural e postura compatível com o cliente que já vive esse padrão fora do banco.

O banco não escolhe um garoto-propaganda por acaso. A pergunta implícita por trás dessa questão é simples: você consegue sustentar conversa nesse ambiente sem parecer deslocado?

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você tem repertório cultural e de lifestyle do cliente alta renda
- Se entende o raciocínio estratégico por trás das decisões de marca do banco
- Se consegue conectar branding com o universo do cliente
- Se está atento ao ambiente onde o cliente Personnalité vive

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Não saber quem é Carlos Alcaraz
- Saber quem é ele superficialmente, mas não conseguir conectar ao posicionamento do banco
- Dar uma resposta técnica (‘É um tenista famoso’) sem entender o simbolismo
- Não ter entrado no site do Personnalité antes da entrevista
- Demonstrar desconforto ou desconexão com o universo do cliente alta renda

#### COMO SE PREPARAR

Entre no site do Itaú Personnalité antes da entrevista. Veja quem é o garoto-propaganda atual e quais experiências estão em destaque (como o Miami Open). Pesquise Carlos Alcaraz: sua carreira, conquistas, perfil e o que ele representa culturalmente. Reflita sobre o que esse perfil diz sobre o tipo de cliente que o Personnalité quer atrair e sobre o tipo de profissional que o banco quer ter.

### Exemplo de resposta fraca

Carlos Alcaraz é um tenista espanhol muito famoso, um dos melhores do mundo atualmente. O banco deve ter escolhido ele porque é um atleta de sucesso e chama atenção.

### Exemplo de resposta forte

Carlos Alcaraz é um dos principais tenistas do mundo — espanhol, multicampeão de Grand Slam, com apenas 21 anos. Mas o banco não o escolheu simplesmente porque ele é famoso ou vencedor.

Alcaraz representa um perfil muito específico que o Personnalité quer sinalizar: juventude, alta performance, disciplina, exposição global e pertencimento a um universo que o cliente Personnalité reconhece como semelhante ao seu. Ele não é só tênis. Ele é símbolo.

O cliente do Personnalité frequenta esse universo — ele compra ingresso para o Miami Open, ele acompanha os Grand Slams, ele viaja para esse tipo de evento. Quando o banco associa sua marca a esse perfil, está deixando claro o nível de maturidade que espera do profissional que atende esse cliente.

Alta renda não testa se você sabe produto. Alta renda testa se você está à altura. A pergunta implícita é: você consegue sustentar conversa nesse ambiente sem parecer deslocado?

Por isso entrar no site do Personnalité, conhecer as experiências que o banco oferece — como os ingressos com prioridade para o Miami Open — faz parte da preparação para qualquer entrevista nesse segmento.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Você costuma acompanhar algum esporte ou evento que o cliente Personnalité frequenta?
- Como você desenvolve seu repertório cultural para se conectar com clientes de alta renda?
- O que mais no site do Personnalité chamou sua atenção?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Esse não é um detalhe de curiosidade — é um teste de repertório. O entrevistador quer saber se você vive ou ao menos conhece o universo do seu cliente. Quem sabe responder essa pergunta com profundidade já demonstra, antes mesmo de falar de produto, que entende o que é atender alta renda.

## PERGUNTA 15

### O Personnalité passou por uma mudança nas cores do logo. Como você enxerga isso?

#### CONTEXTO POR TRÁS DA PERGUNTA

Essa pergunta testa se você prestou atenção ao movimento estratégico que o Itaú está fazendo — e se entende o porquê. Não é uma pergunta sobre design. É uma pergunta sobre leitura de mercado, posicionamento de marca e entendimento do cliente.

O Itaú Personnalité atualizou sua identidade visual: saiu do visual clássico com dourado — que remetia a luxo tradicional e a um público mais maduro — para uma estética mais contemporânea e clean. Ao mesmo tempo, o Itaú reforçou seu posicionamento com a frase ‘Itaú é feito de futuro’.

Entender esse movimento é parte do repertório que o banco espera de quem quer trabalhar nesse segmento.

#### O QUE O ENTREVISTADOR ESTÁ AVALIANDO

- Se você está atento a movimentos estratégicos do banco
- Se entende a relação entre identidade visual e posicionamento de marca
- Se consegue conectar a mudança visual com o perfil do cliente que o banco quer atrair
- Se tem visão de mercado além do produto financeiro

#### ERROS COMUNS QUE VOCÊ DEVE EVITAR

- Não ter percebido a mudança
- Comentar só sobre estética (‘Ficou mais moderno’)
- Não conectar a mudança ao perfil do cliente
- Ignorar o contexto competitivo que motivou o movimento
- Demonstrar que não acompanha o posicionamento do banco que quer trabalhar

#### COMO SE PREPARAR

Acesse o site atual do Itaú Personnalité e compare com o posicionamento anterior (dourado, clássico). Reflita sobre: por que um banco de alta renda mudaria seu visual? O que isso diz sobre o cliente que ele quer atrair? Como isso se conecta com a escolha do Carlos Alcaraz? Qual é o posicionamento competitivo por trás dessa decisão?

#### Exemplo de resposta fraca

Achei interessante. O novo visual ficou mais moderno e clean. Acho que combina mais com o público atual.

### Exemplo de resposta forte

Eu enxergo como um movimento estratégico muito consciente. O visual anterior do Personnalité — com o dourado forte, a tipografia clássica — comunicava luxo e tradição. Funciona muito bem para um cliente mais maduro, que associa sofisticação a elementos mais clássicos.

Mas o perfil de quem tem dinheiro está mudando. Hoje existem médicos de 30 anos, sócios de startups, profissionais de tecnologia com salários altíssimos. Esse público tem uma relação diferente com o que é ‘premium’. Para eles, premium é minimalismo, é fluidez, é tecnologia invisível. O dourado pesado pode até afastar esse perfil.

A mudança visual não é sobre estética — é sobre sinalizar para o mercado que o Personnalité quer atrair e reter o cliente jovem de alta renda. E isso se conecta diretamente com a escolha do Carlos Alcaraz como garoto-propaganda: juventude, performance, globalidade.

Ao mesmo tempo, o reposicionamento com ‘Itaú é feito de futuro’ reforça internamente e externamente que o banco não está preso ao passado. Isso importa tanto para o cliente quanto para o profissional que o banco quer contratar.

### POSSÍVEIS PERGUNTAS DE FOLLOW-UP

- Você acha que essa mudança pode afastar algum perfil de cliente mais tradicional?
- Como você usaria esse reposicionamento em uma conversa de prospecção?
- Que outros movimentos do Personnalité você tem acompanhado?

### INSIGHT PARA VOCÊ

Essa pergunta parece casual, mas revela quem realmente se preparou. Entrar no site do banco que você quer trabalhar não é opcional — é o mínimo. E quem entende o porquê das decisões estratégicas do banco demonstra maturidade de mercado que vai muito além do técnico.

