

を持つであろう話題や課題を 業情報に基づき、相手が関心 「仮説を立てる」ことだ。企 が効果的である。 事前準備の質向上のカギは トを強調したプレゼン手法

アプローチする課題解決を重視して

社の成長戦略に興味がありま を心がけよう。 提案へとつなげやすくなる。 準備しておくことで、 お聞かせください」と質問を 雑談から商談への自然な移行 ニーズを引き出し、 仮説に基づくシナリオでは 最近の設備投資について 例えば、「御 相手の

で、新規訪問先の経営課題の仮設を立マトリクス分析で訪問の優先順位付けの高いターゲット企業リストを作成すまずは内部データと外部データを組み

を立てるにかうえ

るわせ、

精度

構築にもつながる。 示すことができ、 仮説を持つことで会話を円 相手に深い理解を 信頼関係の

共有して関係構築」など明確

な目的を持とう。

多角的に活用する。 業界地図、 業界動向(業種別審査事典、 国データバンクなどの詳細レ 仮説構築には経営情報 ト、ホームページ等)や AIツール等) (帝 を

業の課題解決につながるメリ

具体的な融資提案には企

変える。情報収集・関係構築

目的に応じてアプローチも

には質問中心の傾聴スタイ

があるのでは」と仮説を立て は「新たな設備投資のニーズ るのである。 例えば、業績好調の企業に

ど有益な情報を提供すること えば、業界動向や他社事例な ルを下げるうえで重要だ。例 意することも、 相手の関心を引く情報を用 会話のきっかけを作り

築ける。 提示することで、「課題解決 る「解決策」を次回訪問時に 身に「課題」を認識してもら を明確にすることで、相手自 相手の「ありたい姿」を聞き 込みをするのではなく、まず に重要だ。いきなり商品の売 決を重視したアプローチが特 新規融資開拓では、 そのうえで、 トナー」としての信頼を 「現状」とのギャップ 課題に対す 課題解

心理的ハード

商談成功率を高められる。 このように「課題解決パ の2点を意識することで 」と「有益な情報提

という3ステップで飛躍的に そして明確な目的と仮説に基 による訪問優先順位の決定、 企業リストの作成、資金ニー データ活用によるターゲット づく効果的な事前準備の徹底 ズと関係性のマト 新規融資開拓の成功率は、 リクス分析

向上する。 てくれる。 ントを取ってみよう。完璧な 一歩だ。新規融資開拓は皆さ んの成長と成功への道を広げ まずは明日、 行動が成長への第 1社にアポイ

図表2 マトリクス分析による訪問優先順位付け

深い 第1優先 資金ニーズ高×関係性深

- 資金需要が高く、信頼関係があるため、融 資提案が通りやすい
- 商談がスムーズで、成約までが速い
- 具体例:新規事業を立ち上げる既存顧客、 設備投資計画がある長期取引先

期待できる。

に集中すると、高い成功率が 性深」の第1優先ターゲット

関係性

資金ニーズ 低×関係性 深

第3優先

- 直近の融資成約は難しいが、既存関係で中 長期的な関係構築
- 具体例:安定成長の既存顧客、当面借入れ
- 定期訪問や情報提供で、次期資金需要に備える なしだが信頼関係が深い企業

くても、

関係性が深い企業と

問することが重要だ。

現時点では資金ニーズが低

中長期的な視点で定期的に訪

係性深」の第3優先ターゲッ

一方で「資金ニーズ低×関

トについては、間隔を空けた

第2優先

浅い

資金ニーズ 高×関係性 浅

- ニーズが明確なため、関係性構築で成約が 見込める
- 訪問時は「課題解決目線」のアプローチで 警戒心を軽減
- 具体例: 急成長中の新興企業、未取引のM&A検討企業

第4優先

資金ニーズ 低×関係性 浅

- 融資見込みが低く、訪問コストに対するリ ターンが少ない
- 定期フォローに留め、機会があれば関係構築を図る
- 具体例:現状維持方針の新規顧客候補、借 入不要の未知の企業

明確になる。

特に「資金ニーズ高×関係

用すると、訪問の優先順位が 係性」のマトリクス分析を活 このように「資金ニーズ×関

先順位を決める (図表2)。 の4象限に分類し、訪問の優 定。各企業をマト

リクス分析

横軸に「関係性の深浅」を設

(出所) 筆者作成

高い

資金二

ー ズ

係の構築が、長期的な融資開 るからだ。このような信頼関 っ先に相談される金融機関と 来的な資金ニーズ発生時に真 してのポジションを確立でき

拓の成功につながる重要な要

の接点を維持することで、将

③訪問前の事前準備 仮説を立てること事前準備のカギは

調達法を提案」「業界動向を 長戦略を理解して最適な資金 できないか」という漠然とし た目的ではなく、 「とりあえず挨拶」「何か提案 具体的な訪問目的が必要だ。 新規融資開拓の成功には、 「企業の成

説する。

分類を更新し、

順位付けを踏まえ、次のステ ティングを維持しよう。 化する。最新のデータを基に で、資金ニーズと関係性は変 ジや経営環境が変わること 要である。企業の成長ステー めの事前準備のポイントを解 ップでは優先度の高いターゲ マトリクス分析による優先 定期的に見直すことが重 から効果的に訪問するた 最適なターゲ

このマトリクスは固定化せ

素といえる。

近代セールス 2025年4月1日号