



間、本部の事業再生部署に所

銀行員は開拓先に
値踏みされている

筆者は30歳代半ばから17年間、本部の事業再生部署に所属し、新規開拓先の社長や財務担当責任者と面談できることを改めて再認識するとともに、相手がどのような気持ちで自分を待っているのか想像することが大切である。

初回面談では このような姿勢で トークを展開しよう

吉田茂樹 栃木銀行

1 初回面談の心構え

事前調査から仮説を立て 情熱を持って臨む

初も、面談前の情報量は様々である。帝国データバンクなどの信用調査会社からの最新情報を入手できる企業とそうでない企業、あるいはホームページの有無など、企業ごとに状況は異なる。

とはいえ企業理念や財務状況、あるいは商品・製品から保有設備まで、ある程度の情報は入手できるはずだ。これらの情報はできる限り事前に入手し、新規開拓に臨む必要がある。

ただし、すべての情報が正しいとは限らない。得られた情報から仮説を立てることも重要だ。まずは相手側を知ろうとする思いを持ち、そのた

めに必要な情報を少しでも多く得る努力と、それを鵜呑みにせず自分自身の五感と脳で咀嚼し、腹落ちさせて納得する必要がある。

社長に会えることは
当たり前ではない

当該企業に新規訪問しようと思った動機は様々であろうが、いずれにせよ自分を知らない人がわざわざ時間を割いてまで自分と会おうとしていることに、感謝の気持ちを持つていられるだろうか。

金融機関では、入行間もない渉外係でも企業のトップや財務担当責任者と面談することができ。しかも、それほど手間暇をかけずに会って

するとともに、その効果を検証する。

つまり、新規開拓に向かう金融機関の行職員もまた、初回面談のときから新規開拓先に「値踏み」されていることを理解すべきである。営業における担当者の第一印象は、今後の取引を決定するうえです非常に大きなポイントだ。

金融機関に限らず、どのような業種の人でも新規訪問する際、たった1回の訪問で契約できると期待する人は少ないだろう。訪問を重ねて、新規訪問先のニーズをキャッチし、リレーションを構築しながら契約に結びつけようと考えてるに違いない。

しかし、だからといって最初の訪問を疎かにしてはいけない。何度も言うが、第一印象は新規取引において非常に重要な要素だ。だからこそできる限りの準備をしなければならぬ。限られた情報を入

ただけることが多い。

筆者は地域金融機関に勤めて30年以上経つ。入行2年目で渉外係となり、毎日のように企業の社長や財務担当責任者と面談し、事業内容についての話を聞いたり、決算書や試算表など経営の根幹に関わる大事な資料を提出していただいたりしていた。

あるとき、父に仕事の話をすると「銀行つてすごいな。お前みたいな若造が社長に会えるのか」と驚いていた。金融機関とは無縁な会社に勤めていた父にとって、衝撃的だったのだろう。

一方、金融機関に勤める者は、企業のトップに会えることに感謝の気持ちを抱いているだろうか。決算書を見せてもらえることがどれほどすごいことなのか、分かっているだろうか。

自行車のサービスが新規開拓先に有用であると、自信を手し、分析し、仮説を立て、相手への感謝と尊重を忘れずに臨むべきである。

たった1回の訪問で契約してもらえることはほとんどないが、気迫や情熱は相手に伝わる。経済的メリットだけが新規取引の動機とは限らない。物事を決定する根拠には感情も含まれるのだ。

新規開拓の第一歩は、自身自身の心の持ちようである。上席に指示されたからとか、自分の成績のためとか、そのような気持ちで新規開拓先の社長や財務担当者と対峙しても、相手の心を動かすことはできない。自分自身が持ち合わせるスキルや情熱で、新規開拓先に何ができるのかを考え、相手の懐に飛び込むことが必要ではないだろうか。

POINT
感謝と尊重を忘れず、
役立とうという情熱を
伝えよう