



図表1 飛び込み営業の際に心がけておくべきポイント

段階	心がけたいポイント	実務での具体策・トーク例
事前準備	得意とするテーマや関心の高い業種など、自分の「活動テーマ」を一つ決めておく 訪問先の情報を収集し理解に努める	不動産、ビジネスマッチング、補助金、事業承継など、自分の武器を一つ準備しておく。訪問先のホームページから得られる情報も必ず確認する
受付対応	「何を目的に来たのか」を明確に伝える	「〇〇エリアの不動産情報についてお話をさせていただこうと思い、参りました」「補助金について情報提供を行っております。お時間をいただけないでしょうか」 →受付の人に「社長への確認が必要だ」と思われるように、具体的な目的を明らかにする
アイスブレイク	現場・商品から褒めるべきポイントを探す 事業環境の変化の話題から経営者の関心の高い話題やこだわりを探す	「この工場はフル稼働ですか」「整理整頓が行き届いていますね」 →事務所や工場を観察し、特徴的なもの、整理整頓の状況、経営者のこだわり、取扱製品について質問する
トーク展開	テーマに沿って「具体的な支援」を提案	「〇〇エリアの不動産の取得にご興味はございませんか」「現在、新規の仕入先や新しい販路を探されていませんか」 →訪問先にとって有益な情報を提供する他、補助金の活用サポート、事例の共有なども提案
次回へのつなぎ	テーマに関連する宿題を持ち帰る	「ご希望のエリアで提携できそうな事業者様を探してまいります」「設備投資に有効な補助金を整理してまいります」 →より具体的に求めている情報を整理して次回の訪問のアポを調整する（エリア、業種、規模、予算、時期など）

(出所) 筆者作成

ねたりしよう。そこから、本題となるテーマへとスムーズにつなげることが大切だ。

アイスブレイクの後は、用意してきたテーマに絞って話を展開する。自分が担当するエリアの不動産情報や担当するお客様とのマッチングニーズなど、自分の強みである情報を具体的にトークに盛り込むと、取引金融機関との差別化が図れる。

不動産の情報提供がテーマであれば「当行のネットワークは〇〇エリアを強みとしており、事業用物件や売買・賃貸情報などを多く扱っています。〇〇エリアの不動産の取得にご興味はございませんか」などと尋ねる。

補助金活用がテーマであれば、開拓先のニーズを踏まえたうえで「中小企業庁が中堅・中小企業の成長支援策として、『100億宣言』制度や『中小企業成長加速化補助金』を展開しています」などと情報提供する。

ビジネスマッチングがテーマであれば、あらかじめ開拓先とマッチしそうな担当先を選抜し、提携ニーズを予測したうえで「現在、新規の仕入先や新しい販路を探されていませんか」と投げかける。

「自分は何を得意とし、どんなメリットを提供できる担当者なのか」という目線を持つてアプローチすることで、社長側も「この話なら、一度聞いてみようか」と応じやすくなり、次回訪問への宿題をもたえられるようになるだろう。

自分に応対する メリットをアピール

対面でのアプローチは このように行おう

阿部一祥 中小企業診断士／1級FP技能士

1 飛び込み訪問での アプローチ

ポイントメントなしで飛び込み訪問営業は心理的ハードルが高いため、苦手としている新任渉外担当者が多い。「いきなり訪問して迷惑になってしまわないか」「そもそも何を話せばよいかわからない」と不安になるのは、ごく自然なことである。

新規先への飛び込み訪問時に不安になり、自信喪失してしまう大きな原因としては、自分は開拓したお客様に何を提供したいのかという「活動のテーマ」が決まっていないことが挙げられる。

例えば、「地場の不動産情報を活かした話を展開する」「担当する法人とのマッチングを支援するために、製造業に絞って訪問する」「補助金

活用のテーマに絞って話す」というように活動のテーマを決めておくこと、事前準備がしやすい。

その日の活動のテーマを決めておくことで「何を話したらよいかわからない」という不安が軽減され、飛び込み訪問への心理的ハードルを下げられる。

新規口座の作成や融資といった売込みを目的とすると、先方から身構えられてしまい、次の商談に進みにくくなってしまう。しかし、活動のテーマを明確にしておけば、先方にもどんな目的で来訪したのか、取引するとどんなメリットがあるのかを想像してもらえらるため、身構えることなく応じてもらえる。

渉外担当者としての経験が浅いうちは、活動テーマや得意分野に絞った軸を一つ持つことで、訪問時の会話を安定させられるようになる。

テーマを明確にし 受付を突破する

飛び込み訪問で最初におつかる壁が「受付突破」だ。応対した人に対して「融資のご案内で伺いました」「新しくこのエリアの担当になったので、ご挨拶に参りました」などと伝えても、門前払いを食らうだろう。

しかし、活動のテーマが明確で訪問先の業種に沿った情報提供をしてもらえるか判断されれば、社長や金融機関窓口の担当者に取り次いでもらえるはずだ。

例えば、訪問先が製造業で活動のテーマが補助金活用の場合、「製造業の法人様に『100億宣言』制度や『中小企業成長加速化補助金』について情報提供を行っております。お時間をいただけないでしょうか」などと伝える。

受付を突破し社長や金融機