

新規融資

有効な事前準備と アプローチのコツ

開拓 ガイドランス

経営課題を踏まえた提案で 融資取引につなげよう

訪問先の課題解決に 必要な資金を提案

情報等から、新規開拓先自身や所属する業界の最新動向、主要な経営課題を整理して仮説を検討する。この際、簡易なビジネス俯瞰図を作成すると情報整理に役立つ。

新規訪問では、ディスクロージャー誌などを持参して、自行車と取引することのメリットをアピールする。同時に事前に検討した仮説を投げかけながら、経営課題を浮彫りにしていく。

面談時には、補助金の申請支援、販売先の紹介、人材採用面でのサポート等と経営課題に合わせたソリューションを迅速に提案できるトークを織り交ぜ、社長の関心を引き寄せる工夫も有効だ。

営業エリア内の中小・零細企業は、人口減少に伴うマーケットの縮小に加え、近年で

金 利上昇局面を迎える中、金利ある世界が本格化し、金融機関では預貸金ビジネスの強化が大きな課題となっている。

当然ながら、利ざやの確保には融資基盤の増強が必要であり、融資先数の拡大、すなわち新規融資開拓は欠かせない取組みの一つである。

新規融資開拓成功の第一歩は有望な訪問候補先企業のリストアップだ。過去の取引履歴や訪問履歴、決算書データ等の内部データと、帝国データバンクなどの企業の信用情報、訪問先のホームページ等の外部データを有機的に組み合わせながら、精度の高い新規融資開拓先リストを作成しよう。

訪問前には事前準備が大切だ。そのポイントとなるのが「経営課題の仮説を立てること」である。各種レポートやホームページ、入手している

は原材料・エネルギー価格の高騰や人手不足などに頭を抱えている。生産性向上のためのDX対応も、経営課題の一つであろう。

既存の融資先からの紹介などによって、新規開拓先に初回訪問ができたとしても、真の経営課題をヒアリングできなければソリューション提案には到達できない。融資取引のない金融機関に、自ら進んで自社の経営課題を詳しく話す社長はいないだろう。

まずは業界動向やビジネス展開の話を進める中で、用意した仮説を基に経営課題を明確化し、その解決策を提案。課題解決に必要な資金について融資提案していくことがポイントとなる。

融資の新規取引は社長にとって大きな決断だ。即決で決まることはない。地元企業の役に立つという姿勢で、粘り強い営業も求められる。