



## 経営者とのリレーション構築術

質問力で勝負!  
経営者とのリレーション構築術

融機関の扱う商品は目に見えないものであるため、他行庫との差別化が難しい。それゆえに担当者自身を「信頼」してもらうことが大切であり、いかにして他行庫の担当者や自行庫の歴代担当者の差別化を図るかがポイントとなってくる。

差別化の方法として、スピード感・クイックレスポンスや頻繁な訪問は大切だが、これらは多くの人が意識している。では、他行庫の担当者や歴代担当者よりも「あなたが一番信頼できる」と言われるにはどうすればよいか。

融機関の扱う商品は目に見えないものであるため、他行庫との差別化が難しい。それゆえに担当者自身を「信頼」してもらうことが大切であり、いかにして他行庫の担当者や自行庫の歴代担当者の差別化を図るかがポイントとなってくる。

差別化の方法として、スピード感・クイックレスポンスや頻繁な訪問は大切だが、これらは多くの人が意識している。では、他行庫の担当者や歴代担当者よりも「あなたが一番信頼できる」と言われるにはどうすればよいか。

融機関の扱う商品は目に見えないものであるため、他行庫との差別化が難しい。それゆえに担当者自身を「信頼」してもらうことが大切であり、いかにして他行庫の担当者や自行庫の歴代担当者の差別化を図るかがポイントとなってくる。

差別化の方法として、スピード感・クイックレスポンスや頻繁な訪問は大切だが、これらは多くの人が意識している。では、他行庫の担当者や歴代担当者よりも「あなたが一番信頼できる」と言われるにはどうすればよいか。

差別化の方法として、スピード感・クイックレスポンスや頻繁な訪問は大切だが、これらは多くの人が意識している。では、他行庫の担当者や歴代担当者よりも「あなたが一番信頼できる」と言われるにはどうすればよいか。

金

融機関の扱う商品は目に見えないものであるため、他行庫との差別化が難しい。それゆえに担当者自身を「信頼」してもらうことが大切であり、いかにして他行庫の担当者や自行庫の歴代担当者の差別化を図るかがポイントとなってくる。

差別化の方法として、スピード感・クイックレスポンスや頻繁な訪問は大切だが、これらは多くの人が意識している。では、他行庫の担当者や歴代担当者よりも「あなたが一番信頼できる」と言われるにはどうすればよいか。

差別化の方法として、スピード感・クイックレスポンスや頻繁な訪問は大切だが、これらは多くの人が意識している。では、他行庫の担当者や歴代担当者よりも「あなたが一番信頼できる」と言われるにはどうすればよいか。

差別化の方法として、スピード感・クイックレスポンスや頻繁な訪問は大切だが、これらは多くの人が意識している。では、他行庫の担当者や歴代担当者よりも「あなたが一番信頼できる」と言われるにはどうすればよいか。

ワイド特集

質問力で勝負!

# 経営者との リレーション 構築術

▶興味にフォーカスした面談のポイント

