

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



他行庫担当者と差をつけるポイントは「興味」

取引先の歴史や思い出を聞き
強みの発掘につなげよう

田中周祐 SACCEED CONSULTING 代表

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庫の歴代担当者との差別化を図るかがポイントとなる。

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。

行職員として、決算書などの財務資料の読み方、稟議書や格付、その他銀行業務全般を学ぶことは必須条件であり、軽視できない。訪問先から支店に戻り、稟議書作成、格付などの期日のある業務に加え、上席への報告などもしなければならぬ。期日どおりに終えないと取引先に迷惑がかかり、社内外への信用問題にも発展する。

そうした中で、いかにして経営者の頭の中で他の担当者よりも目立つか、そして「また営業か」とウンザリされず、「あなたに任せたい」と

言ってもらえるかということも考えないといけない。筆者の過去の銀行員生活の中で、一つ自信を持ってお話しできるエピソードがある。それはある取引先において、歴代担当者が任せてもらえなかった大きな貸出を任せてもらったことだ。

当時はなぜ任せてもらえたか分からなかったが、いま思うと筆者自身が社長に対し、「社長や御社のことをよく知りたい」という「興味」の信号を出していたのが良かったのだろう。

確かに、取引先の資金需要

ホームページを見て分かった気にならない

と筆者の提案のタイミングが合致したことも影響しただろうが、明らかに前任者よりも信頼してもらっていたという自信がある。

日々の限られた時間でやるべき業務が非常に多い中、取引先とのリレーション構築は大変ではあるが、担当者としてとても重要な要素である。真摯かつ素早い対応などは前提と考え、そのうえで「あなた（取引先企業やその経営者）のことを知りたいです」という姿勢を持つことが、信頼関係を構築するうえで非常に重要だと考えよう。

興味を伝える方法として、多くの人が訪問前に取引先のホームページや情報を頭に入れると思う。中には「御社のホームページを見て、よく理解できました」と語り、早速