

こんなお客様に！

●車をお持ちのお客様



ローンの利用などを把握

お客様の中には非常に趣味・嗜好性が強く、特定のメーカーや車種のほか、新車や装備にこだわる人も少なくありません。データ上は、新車を購入した人の5割弱程度が何らかのローンを組んでいるともいわれます。声かけにより、これらを把握し、提案を行うことが有効です。

70 新しいお車を拝見しましたがいつお買替えになられたんですか？

①都 市の用途については、②都 市部では主にレジャー、③地方部では通勤や買い物ほか生活の足、と大きく異なります。また、個人事業主の場合には、営業用車輛に該当します。

こんなお客様に！

●お孫さんがいるお客様



子供世帯との接点作り

孫の来訪機会に遭遇した際にも、声かけを行って子供や孫など親族の状況を聴取・把握することが肝要です。子供世帯との接点作りは極めて重要であり、それが行えないと、相続発生時の預金流出等が発生するかもしれません。

71 玄関で靴を見ましたがお孫さんが遊びにいらしているんでしょうか？

平日昼間の個人宅訪問時に面談できるお客様は、どうしてもシルバー層が中心となります。また、少子高齢化・核家族化を背景に、子供世帯と離れて暮らすシルバー層も少なく

こんなお客様に！

●お子様がいるお客様 ●子供用品が自宅にあるお客様

72 おもちゃ箱を拝見しましたがお子様はいくつですか？

子供の成長に伴って悩むことの1つに、進学の問題が挙げられます。このために「幼稚園（保育園）卒園を機に、通わせたい小学校の学区内へ、転居する」「子供のことを考えて、賃貸から持ち家にする」など、住替えを考える世帯も少なくありません。



子供が増えれば負担大

また別の視点では、教育費の問題にも直面します。中高一貫の公立学校が導入されたことなどに伴い、中学受験熱も高まり続けています。こうした事情を背景に、小学生のうちから、放課後に塾や習い事などに毎日のように通う姿も珍しくありません。

これらの金銭的負担は、両親に当然のように押し掛かっています。子供が増えれば、その分負担も増大します。このため、住宅費や教育費を念頭に置き、貯蓄に励んだりローンを利用したりしているお客様も相当数に

達します。個人先への訪問時には、本声かけをきっかけにこれらの実態を把握し、適時適切な提案を実施することで、メイン化や取引の深耕につなげる姿勢が求められます。

▼このように声かけしてみよう！

あのおもちゃ箱 かわいいですね お子様はおいくつですか

5歳よ

かわいい盛りですよ 来年は小学生になるのですか

ええそうよ 女の子なんですけど最近口が達者で生意気を言うのよ

今お子様の将来のために習い事や進学についてお考えになっていますか

中学までは公立でいいと思うんだけどその先はまだ具体的に考えていないわ

お金ごめね