

メイン化に向けた お客様との 取引深耕策

● 個人・法人別にみる
口座利用につながるアプローチ

将来の取引の布石とすため まずメインバンクを目指そう

お 客様にとって「メインバンク」の定義は、それぞれ異なるであろう。

個人なら給与が振り込まれる口座があったり、公共料金やカードの引落口座があったり、住宅ローンを借りていたりする金融機関をメインバンクと考えるケースが多い。法人であれば借入額が一番多かったり、困ったときに助けてくれたり、もしくは売上金の回収口座がある金融機関をメインバンクとみなしているかもしれない。

「メインバンクはここ」と意識していないお客様も多いと思うが、それでも一番利用している金融機関があるはず。本特集では「メインバンク」をあえて明確に定義せず、よく利用する金融機関、信頼が置ける金融機関と考えていきたい。

自行車がお客様のメインバンクになれば、様々なメリットが

ある。振込など手数料が得られる取引をしてもらいやすくなるし、何より運用商品や融資の提案を聞いてもらいやすくなる。

お客様の立場にたって考えてみよう。口座はあるもののほとんど利用していない金融機関からいきなり「お話を聞いてください」と言われても警戒してしまうが、頻繁に利用している金融機関からの提案であれば聞く気になる。

いま金融機関の担当者には、投資信託や融資、本業支援など様々な提案が求められている。

こうした提案が成約につながるやすいのも、実は自行車をメインバンクとして使ってもらっているお客様だ。頻繁に預金取引を行ってもらっていれば、そのお客様のお金の流れや資産状況、ひいては課題が見えてくる。結果的にニーズに即した提案ができるようになり、それが

成約率を高めて取引拡大の礎となっていくわけだ。

**信頼関係の構築が
メイン化につながる**

では、お客様にどのような、預金口座を利用してもらうか、「メイン化」を図っていくか。そのための取引深耕策については次のページから紹介していくが、ポイントは「信頼関係の構築」にあるだろう。何気ない世間話を行いながら、お客様の利便性を高める提案・役立つ情報提供を行うことを意識したい。

特に若いお客様については接触する頻度が極端に減ってきていると思う。それでも口座開設時や届出事項変更時などにアプローチするチャンスがあるはずだ。接触すること自体が貴重だと捉えて、有益な情報の提供に努めたい。それがメイン化につながるっていく。