

# こんな先に苦勞していませんか？ 対応が難しい先への 上手なアプローチの 進め方



ここでは、新規開拓において対応が難しい9つの先を取り上げ、アプローチのポイントを解説。取引ニーズを喚起するためのトーク例も紹介する。

## 1 以前に 取りつく島もなく 断られている先



▼こんなトークを展開しよう  
担当者「本日は、販路開拓に使える補助金の情報をお持ちしました。社長に喜んでいただけたと思うのですが、直接お会いすることは可能でしょうか」

座っているようであれば、その人の耳に届くように社員と話そう。  
**社員特有の心理を利用**  
本トーク例のように、「喜んでいただけそうな補助金の資料をお持ちしました。大変人気があり、すぐに申し込まないと枠が埋まってしまうので、早く紹介させていただきますのですが、社長にお会いできないでしょうか」などと

● 門前払いにあったからといって、1回の訪問で諦めていたら何も始まらない。前回、取りつく島がなかったのが、社長ではなく取り次ぐ立場の人だったでしょう。その人は、「取り次ぐ価値がない」と判断したから門前払いをしたに違いない。だとすると、「これは社長の耳に入れておかないと、後から怒られる可能性がある」と思わせればよい。  
小さな会社なら、社員との会話で社長に聞こえるところも少なくない。もし、社長らしき人が奥に

「この銀行員は、当社にとってメリットがありそうだ」と思ったら、企業の担当者は話を聞いてくれる。中間に入る人には「後から社長に怒られると困る」という特有の心理がある。それを利用することで道は開ける。

## 2 過去に別の担当者と トラブルがあった 取引がなくなった先



▼こんなトークを展開しよう  
担当者「おはようございます！  
□□銀行△△支店の○○と申しますー」

従業員「□□銀行さんですか。前にうちとトラブルがあったことはご存知ないのですか」  
担当者「その節は大変にご迷惑をおかけしました。しかし、私は以前から御社の商品のファンで、どうしても社長とお会いしたく訪問させていただきました。お取り次ぎいただけませんかでしょうか」

● もし、その会社が業績好調なら、過去を不問にしている可能性もある。業容を拡大する中で、地元を銀行を敵に回し続けることはリスクとを感じるからである。  
しかし、依然として腹を立てているケースもある。そういうとき

は、「個人」を前面に出そう。会社は消費者をないがしろにはできない。「御社の商品のファン」と言われて悪い気はしない。  
「地元新聞のインタビュー記事も拝見し、社長と一度お会いしたいと思っていました」などと言った受け止め方をしてもらえ

### 商品と社長への関心を示す

自社商品の愛用者で、社長個人にも関心があることが伝われば「社長につないだほうがいいかな」と、対応した社員は考える。

● 経営者は総じて一生懸命頑張る営業担当者が好きだ。「この銀行員は勇気を持って飛び込んできた。うちの営業担当者にも見習ってもらいたい」などと、心の片隅で評価してくれる可能性がある。

## 3 取引金融機関を 一つの銀行だけに 絞っている先



▼こんなトークを展開しよう  
担当者「御社は取引金融機関が××銀行さんだけと聞いています。最近、一行取引の企業は少ないと思つのですが、それだけパイプが太いということなんですね」  
経理「まあ、そうですね」  
担当者「融資が下りないということではないのですが、条件面などでも相当低い金利が適用されているのですか」

● 経理「今のところはそうですね。ただ、条件はほかの銀行を知らないで、何とも言えません」

● 一行取引のメリットは、その銀行がメインバンクとして責任を持つて対応してくれることだ。  
デメリットは、他行庫との競争がないので、金利など条件面で不利になりやすい点である。また、

その会社が良い方向に変化しているのに気づかないこともある。  
**一行取引の不安を喚起**  
本トーク例では、「御社はメインバンクとのパイプが太いので安心ですね」と言う前に、「最近、一行取引の企業は少ないと思うのですが」という言葉を入れていく。経理部長の頭にはこの言葉が残る。そのうえで、「資金ニーズにはすべて応えてもらえますよね」「金利もさぞ低いでしょね」と暗に聞いている。

● 結果として、「本当に一行取引でいいのだろうか」という気持ちが生まれる。「一度、メインバンクの取引条件などをお聞かせいただけませんか」などと続けられ、社長に伝えてもらえることも期待できる。