

継続訪問先にステップアップさせるために

こんなトークで 経営者に関心を 持ってもらう



経営者との面談が叶ったら、次は継続訪問ができるように経営者の関心を引くような話題を投げかけることが必要だ。ここでは、そのための話題の振り方をトーク例とともに解説する。

御社の経営に
役立つ情報をお持ちしました



声かけ ①

こんなトークを展開しよう
担当者「今日は御社の経営に役立つ情報をお持ちしました」

経営者「どんな情報だね」
担当者「御社の新規出店先の候補となりそうな不動産物件の情報をお持ちしました。新規出店計画がございましたら投資シミュレーションを含めてご提案をさせていただきます」

新規融資開拓において継続訪問につなげる最も重要なポイントは、初回訪問時に相手が次回以降も早く面談に応じてくれるネタを見つけてもらうことだ。経営上の悩みや

課題を上手に聞き出し、次回訪問では課題への対応策や提案を、文書化などで目に見える形にして持参すると効果的。本ケースでは、不動産情報の提供から出店計画のサポートへとつなげている。

計画や構想を情報に転化
有効な情報を得るには、①会社の状況を「現在・過去・未来」に分けて話を聞く、②初回訪問では「教えを乞う」、③「話を聞かせてもらう」といったスタンスで臨むことが大切である。

訪問先の状況を把握できたら、聞き出した今後の方向性や展望とマッチングさせて、計画や構想を情報に転化させることが大切。決算状況など数値面に踏み込む前に将来的な姿にポイントを置くと、資金ニーズを含んだ情報に転化しやすい。ここでは「次回訪問のネタとして何を持っていけばよいか」に的を絞って、ヒアリングすることがコツ。一般的な情報提供にとどまらず、相手の意向に沿ったタイムリーな情報を提供することを心掛けることが肝だ。

お取引先の開拓に
役立つ商談会に
興味はありますか



声かけ ②

こんなトークを展開しよう
担当者「来月、金融機関合同のビジネスマッチングフェアが開催されます。ご興味はありますか」

経営者「参加するメリットは？」
担当者「御社の商品やサービスなどを、直接、大手企業やエンドユーザー企業にアピールできます。また、御社の技術力を活かした提案のチャンスがあるかもしれません。営業力を補うことにもなり、新規開拓の良い機会ですよ」

通常の営業活動では規模の大きな企業と接点を持ちづらい中小零細企業にとって、信頼関係の構築

につなぐたり、弱点を補完し合える企業との出会いが期待できたりするなど、ビジネスフェアへの参加メリットは大きい。
参加メリットをアピール
経営者にとっては、自社を知ってもらうための絶対のビジネスチャンスとも考えられるので、勧誘にあたっては企業実態に照らしながら、次のような観点を絞って積極的にアプローチしよう。

- ① 広い範囲で自社のPRができるため、新規のパートナー企業を比較的容易に開拓できる
- ② 販促計画や製作案件などにマッチする相手を、その場で選択でき商談までつなげられる
- ③ 企業領域に合ったネットワークを作ることもでき、規模を越えた交流が可能となって新しい情報が入りやすくなる

今まで行動範囲が限られていた小規模な企業でも、情報を効率的に収集できることから、マッチングフェアは新規開拓に欠かせないイベントであることを積極的にアピールしよう。

御社の経営に役立つ
セミナーを開催します
参加しませんか



声かけ ③

こんなトークを展開しよう
担当者「先日は決算書をいただき、ありがとうございます」

経営者「構造不況業種だし、見通しは厳しいよ。コスト削減もこれ以上はできないし…」
担当者「先日のお話をもとに、いろいろな角度からお手伝いのためのご提案ができないかと考えました。弊行では来月、地産地消と売上拡大をテーマに経営セミナーを開催いたします。タイムリーなテーマですし、お役に立つと思えますのでぜひご参加ください」

ビジネスの現場では、会社経営

に対する自らの思いを達成するための経営戦略と主要顧客を捉えるためのマーケティングが経営の柱といえる。
課題に合わせて勧誘
経営セミナーは、経営者として向かうべき経営の方向性の確認と企業の存続・発展に向けた実行策の羅針盤として認識されていることだろう。自社が抱える課題を体系的に整理して、具体的な実行計画を練り上げるための指南書の役割を果たしているといえる。

例えば「業績が伸びない・安定しない」、「毎月の売上が不安定」、「元請会社の業績に左右されやすい・価格設定が厳しい」、「忙しいだけで利益につながらない」、「組織力が弱い」といった課題には、様々な角度から企業体質の点検・検証が必要である。これを支える組織・人材・財務等の経営能力の向上を目指す方向性を探るためにも、経営セミナーの開催意義は大きい。開拓先の課題に合わせたセミナーの案内・勧誘をツールにアプローチしてみよう。