

同行訪問での OJTは ここがポイント!

同行訪問を計画・実施するうえで、
管理者が押さえておくべき点を解説し、
同行した管理者がとるべき対応を
場面ごとにマンガで紹介する。

①竹内 心作

地域金融ソリューションセンター
代表

②奥山 文雄

フロンティア
代表講師

1

同行訪問の

進め方と留意点

人

材育成の金言に、旧日本海軍の司令官・山本五十六が語った「やってみせ、言ってみせ、褒めてやらねば人は動かじ」がある。OJTはまさにこの言葉を地で行く方法だ。本稿では、お客様への訪問に同行する場合の指導法を確認す

る。

最も重視すべきは訪問前の指導

部下や後輩行職員への指導を「訪問前」「訪問中」「訪問後」に分けた場合、最も丁寧に指導すべきシーンはどれだろうか。「部

下に役立つ指導を早くやってあげたい」と焦る人ほど、訪問中に注力しようとする。だが、圧倒的に時間と手間をかけるべきは訪問前である。

「勝敗の差は準備の差」とはある野球監督の言葉だが、渉外活動についてもまったく同じことがいえる。訪問中にあれこれ知恵を絞って工夫したとしても、それは所詮出たところ勝負に過ぎない。管理者も若手担当者の運任せのセールスを指導するほどヒマではないはずだ。

訪問前のポイント

- ・訪問の目的を共有し確認
- ・準備として①訪問先の情報の確認、②資料やパンフレットの選定、③想定できるやり取りのシミュレーションを行う

訪問前の準備で最も大切なのが、訪問の目的を明確かつ具体的に持たせることだ。「今回の訪問では、経営者に預かり資産には様々な商品があることを知ってもらう」。「今回は事業性評価につ

なげるため、事業の特徴や将来性を教えてもらおう」「前回融資を提案しているから、今回は一気に契約まで持っていこう」など、何のために訪問するのかを確認し、意味のある時間にする必要がある。これはOJTを効果的に行うためでもあるが、何より経営者の貴重な時間を無駄にしないための工夫だ。

次に、目的を達成するために必要な準備について指導しよう。まずは①相手の情報を知っておくこと。管理者・先輩にとっては当然

り前のことでも部下・後輩にはそうでもないケースもある。訪問する会社、経営者の情報を覚えておくのは大前提だが、訪問したときうまく話せるかばかり気にしてしまい、相手からの情報のインプットが疎かになっている若手は意外と多い。

情報として持っておきたいのが、その会社の事業内容、成長性、強みと弱み、主力商品といった定性面に関するものと、売上と利益の推移、おおまかな財務状態といった定量面に関するものだ。

持参する資料等は多めでよい

次に必要な準備として、②資料やパンフレットの選定が挙げられる。これも渉外活動に慣れないうちは忘れがちだが、大切だ。冒頭に確認した訪問の目的に応じて用意させよう。

例えば、預かり資産のセールスを行う場合、経営者がどの商品に関心を示すかは予想しにくいので、とにかくたくさん種類のパンフレットを持参する。有益な情報提供で関係性を深めることを目的とする場合は、業界や同業他社の動向、海外マーケットの動きな

ど役に立ちそうな情報を多面的に準備しておく。提案していた融資案件を契約まで持っていく場合は、契約書を絶対に忘れてはいけない。

このように、訪問前には今回の目的を確認したうえで、少し過剰なくらいに資料やパンフレットを準備しておくほうがよい。最も怖いのは機会損失である。せっかく目的の達成に向けてコミュニケーションがとれているのに、詳細に説明するための資料がない、肝心の契約書を持参していない、という状況はあまりにもお粗末だし、経営者をガツカリさせてしまう。「まあ、いや」という気の緩みが原因なので注意しよう。

さらに、管理者の指導方法として重要なのが、持参する資料をあえて事細かに指示しないことだ。重要なのは、どの資料が今回必要になりそうかを担当者に自分で考えさせること。自らの頭で考えるうえで管理者は、機会損失を引き起こさないために必要な書類が揃っているかをチェックしよう。

●同行訪問の流れ

