

法人先には こんな理由で訪問し 有効面談を実現しよう



法人先に使える「訪問理由」を57個挙げ、有効面談につなげるアプローチを紹介する。

定番の訪問理由

1 訪問理由

**担当エリアや
担当者の交代に
伴う挨拶**

アプローチトーク

**新しく御社の担当に
なりましたので
ご挨拶に伺いました**



経

営者にとって、金融機関の担当者の交代は「新任担当者が自社のことを分かってくれるか」「引き続き支援してもらえるか」という不安を感じるときでもある。

中小企業白書（2016年版）によると、「中小企業が考える、金融機関との接点を深めるために必要なこと」は、「担当者交代時の、自社情報の丁寧な引き継ぎ」が最も多くなっている。そして「担当者の自社の業界知識の修得」「担当者との面談機会や面談時間の増加・拡

大」と続いている。

新任担当者はこれを踏まえ、事前に担当先の会社概要や自庫との取引状況、前任者からの引き継ぎ事項などをしっかり確認しておきたい。また、担当先のホームページや、ブログなどにも目を通しておくと話が弾むことも多い。

将来展望や夢を聞く

挨拶をした後は「御社はどのような事業をされているのですか」と聞くのではなく、「〇〇の部品を製造していると前任者

POINT

から聞いているのですが、中でのどのような加工を得意とされているのですか」と、一歩踏み込んだ質問を行う。これにより対話に広がりをもたせることができる。

営者の将来展望や夢を聞くのもよいだろう。例えば「5年後、10年後にどんな会社になっていたいですか。なっていると聞きますか」と聞いてみよう。

目指す姿が見えてくればいま何をすべきかが見えてくる（バックキャストイングという）。営者の考え方を整理することで顕在化したニーズのほかに潜在的なニーズに気付くこともある。そのニーズに対して一つひとつ対話していけば、事業を理解しながら本業支援に取り組み、金融支援につなげることもできるだろう。

事前に会社概要等を調べておき挨拶の後に強みや将来展望を聞く

2 外回りで近くを通りかかった際の顔見せ

近くを通りかかったのでご挨拶に伺いました
〇〇の事業について順調に進んでいますか



営

業活動をしている中で「近くを通りかかった」というのも訪問理由となる。

しかし、アポイントなしで訪問するという場合は、相手が何か別の用で動いているところを訪ねるといふことである。まずは相手が応対できる状況なのか「少しだけお時間をいただけますか」と確認をとりたい。

また、訪問するからには深耕を図りたいなど何か目的があるだろうが、できるだけ短時間で

POINT

短時間で済ませられる情報提供や、企業の取り組みの進捗を聞く

前回聞いた話の確認も有効

もし、以前の訪問時に「新商品の開発を進めている」「社内の営業体制を変えようとしている」といった取組みを聞いていれば、「あれからご進捗はいかがですか。気になってお伺いしました」と話が展開できる。営者としても、担当者が以前の発言を気にして訪問したということに悪い気はしないだろう。

場合によっては、新たな課題が発生していたり、資金調達が必要になるケースもある。そうなればできるだけ早いタイミングで、課題解決につながる提案を持っていく。

3 前回の訪問から期間が空いた際の顔見せ

しばらくご無沙汰しておりましたが
お役に立ちそうな最新の情報をお持ちしました



前

回の訪問から時間が空いてしまったというのも訪問理由となるが、営者としては「なぜ今まで来なかったのか。なぜ突然、来たのか」と考

えるだろう。何の準備もなく訪問しても相手の時間を無駄にしてしまうため、明確に目的をもって訪問したい。

例えば、以前、訪問した際の営者の話を話題にするのもよい。「あれから新商品開発のお話はどうなりましたか。何かお困りのことはありませんか。気

補助金などの情報も有効

前回までの話に糸口を見出せなければ、旬の情報を提案するのもいい。例えば「この展示会が御社のPRや販路拡大に役立つのではないかと考えて資料をお持ちしました」「設備導入に活用できる補助金の公募が始まっていますので、申請されてはいかがでしょうか」といったものだ。

何かを提案することで、営者に「いろいろ考えてくれていいんだな」と思ってもらえる。その提案がニーズに沿わなくても「働き方改革や人材に関連した助成金はないか」などと、次回につながる宿題を得られる可能性もある。

POINT

前回聞いた話の確認や最新情報の提供など、目的をもつて訪問する