



接客に関する若手担当の「お悩み」を挙げ、その処方箋となるアドバイスを紹介する。

お客様との 面談や提案の 悩みと解決アドバイス

上村武雄 ノット・アドバイザーズ代表

お悩み

1

初回面談後次に訪問する際の
タイミングやつなげ方が分からない…



初回訪問で

それでは社長
本日はこちらで
失礼いたします

次のアポについて
切り出せなかった！
2度目の訪問は
どんなタイミングに
すればいいんだろう

「宿題」をもらおう

自信がついてお客様との面談に余裕ができるようになつたら、初回訪問時に「宿題」をもらうことにチャレンジしてみよう。

宿題とは、「〇〇について教えてほしい」「この場合の手続きではどんな書類が必要になるの?」といったお客様の要望だ。これを聞き出すことができれば、スピード重視で対応するのがベストだ。

お客様の要望・ニーズを解決するための提案をまとめることができたなら、すぐにアポを取る、もしくはノーアポで再訪しよう。

POINT
初回訪問から1カ月後に再訪を。宿題をもらったならすぐ訪問



お悩み 2

商品提案で他の
金融機関との違いを
どう出せばよいか
分からない…



金

金融機関の商品はどれも似ているため、唯一、

そして最も違いを出せるとしたら「人」だ。お客様は、あなたの見えないところであなただけの金融機関の担当者と比較している。言い換えればあなたが他の金融機関の担当者より優れていれば、お客様は自然と他の金融機関の担当者に不満を感じるようになる。それが差異化につながる。

では、どのようにして「優れた担当者」と感じてもらおう

か。若手担当者なら、まずは面談時にセールス色を出さないこと——これに尽きる。親しいお客様だと面談の度に新商品を紹介しがちだが、とにかく我慢してほしい。

お客様をよく知ろう

次にお客様を知ることだ。

お客様の出身地、家族構成、職業、歴史、家族観、保有資産、趣味や関心事、得意分野などを必ず記録に残し、そのお客様との会話の中に適宜滑り込ませるようにしたい。それが「私たちはお客様のことを理解している」というアピールにもなるし、新たな情報を聞き出すきっかけにもなる。このような面談を複数回できれば、差異化が図れるだろう。

POINT

セールス色を出さない・お客様を知ること
で差異化を図ろう

お悩み 3

お客様に
「メイン先がある」と
言われたらどう
対処すればよい?



個

人や法人のお客様にアプローチした際、「私

にはメイン先があって、いつもそこを利用している」と言われることも多いだろう。これを断り文句だと感じて引き下がってしまう担当者もいると思うが、自行庫以外の金融機関とまったく取引していないというお客様のほうが少ないだろう。むしろ断られてからが営業だ。

まずお客様には「メイン先に取って代わろう」と考えているわけではない」ことを

まず比較の対象に入る

インターネットで買い物をするときをイメージしてほしい。皆さんは商品を検索し、最初にヒットしたネットショップでそのまま購入するだろうか。おそらくネットショップを複数比較しながら、価格を含めて納得のいくサービスを提供しているショップを探してそこで購入するのではないだろうか。

お客様の金融取引も同じだ。まずは比較の対象に入れてもらう——このようなスタンスで継続的に訪問できる関係を築くことが重要だ。

POINT

複数の金融機関と取引するメリットを伝え、比較の対象を指す