



ここに注目!

## 積極的に訪問営業ができず お客様との関係が希薄に…

**コ** ロナ下の1年間を振り返ると、2020年4

月と2021年1月の2度にわたり緊急事態宣言が発出されたが、この間、金融機関の動き方もある程度変化を見せってきた。

20年4月は、すべての訪問活動を一旦休止する対応が大半を占めた一方で、21年1月は営業自粛は限定的で、お客様の意向がある程度踏まえて対応するケースが多い。

外訪活動の中心は、訪問を希望する既存のお客様か、大口のお客様となっていることだろう。金融機関の担当者からの積極的な訪問や、新規見込先への訪問は抑制せざるを得ない状況だ。

**取引関係が薄いと  
さらに距離は広がる**

一方で既往先についてはこの状況でも面談を通じて投資信託などの運用ニーズや相続の相談といった話題をつかむことが可能だ。そこから信頼関係を深めて取引深耕を図ることもできるだろう。

しかし、取引関係が薄く、メインバンクがほかにあるため「来てほしい。話したい」と声がかかるほどでもない関係のお客様とは、距離がより一層広がってしまう懸念もある。特に個人のお客様は、法人のように取引金融機関ごとバランスやシェアに対する配慮・意識が少ない。接点の

**POINT**

既存先以外には訪問しづらく、特に新規開拓は制約がかかる

このように、現在は新規開拓に制約がかかる状況だ。法人取引先の従業員を対象として、つみたてNISAなどの資産形成の制度を案内したり、セミナーを開いて参加者に提案したりといったアプローチもできず、新規顧客の獲得には苦戦するだろう。

# コロナ下で直面! 営業担当者のツライ課題

平時のように営業できない個人営業担当者。その主な悩みを紹介しよう。

## 悩み 1

### 外出や営業が自由にできない…

