

有効面談を増やす！ 新規開拓の進め方

ドアノックツールの活用& 関係構築のポイント



リストに挙げたアプローチ先を積極的に訪問しても、新規開拓がなかなか進まないという方も多いはず。本特集では、新規取引につながるような有効面談を行うための、自行庫との取引メリットの上手な伝え方や、効果的な関係構築のノウハウを解説する。



確度の高い新規開拓活動を行うための基本 Q & A

効率的な新規開拓活動を行うために押さえておくべき基本をQ&A形式で解説する。

細矢 進 株式会社リフレ代表

A 新規開拓を成功させるには、いかに効率的に数多くの新規先を訪ねることができるかがポイントである。

新規アプローチ先は基本的に、帝国データバンクなどの信用情報機関の資料を活用して選定する。大切なのは、自身が担当しているエリアをしっかりと視覚的に確認し、対象となりそうな企業について、信用情報やホームページ等で最低限の調査・確認を行ったうえでリストに加えていくことだ。

新規アプローチ先を
リストアップする
コツは？



Q1

ただし、信用情報機関に情報が公開されていない中小企業・小規模事業者も少なくないという実態がある。そのため、正確な経営実態の把握や見込先としての評価は、実際の訪問・面談や同業他社等からの情報収集で明らかにしていく必要がある。

また、たとえ帝国データバンクの評点は低くても、商売が活況な様子だったり、相当の資産があると推測できたりする先も多い。したがって、帝国データバンクの評点が低いからといって単純にアプローチ対象からは除外せず、様々な視点から情報収集を行っていくことが重要である。

既存取引先の 販売・仕入先を洗い出す

最も有効面談に結び付きやすいアプローチ先は、既存取引先からの紹介先である。既存取引先の販売・仕入先の洗い出しなどを徹底し、できる限りアプローチ先のリストに加えていきたい。

営業店に残っている先輩の過去の営業記録を確認することも大切

POINT

- 信用情報機関の情報だけを頼りにするのではなく、営業エリアをしっかりと見て選定することが重要
- 営業店に残る過去の営業記録についても必ず確認を

だ。リストを引き継いだ場合は特に、これまでどんなアプローチを行ってきたのか、それに対する反応はどうだったのかを確認することで、訪問の優先順位や取引につながる切り口などを探るようにしたい。

ただ数多くリストアップすれば良いとはいえないが、新規開拓は「訪問できる新規先をなるべく数多く持つ」ことが絶対的な成功要因である。リストを整理し、加除選別や優先順位の選定を進めることも、効率的な営業活動を行うための重要な作業となる。