

取組みのむらをなくす！

営業店・担当者のフォロー態勢を整えよう

戸小台沙智

セールスマネージャー／
研修講師

フォローの基準や仕組みが不十分だと、営業店や担当者ごと
取組みのむらが生じがちだ。①営業店での組織的な対応、②担当
者自身のセルフマネジメント——に分けて対処法を解説する。

1 営業店での態勢構築

フォロー先リストや
具体的な進め方を事前に
共有・準備しておこう



そのポイントとして、①リス
トアップ、②当日の進め方、
③情報共有を説明しよう。
フォロー先のリストで
割振りを確認しておく

金 融機関で投資信託の窓
口販売が始まってから
20数年が経つ。営業店にはす
でに数多くの投資信託口座が
あることだろう。相場が右肩
上がりでも不安定なときで
も、長期的な取引継続・拡大
を目指すなら、販売時のみ
ならず販売後もお客様に寄り添
うことが必要不可欠だ。

金融機関で販売先をフォロ
ーする際の要点は、「組織的
に対応していくこと」と考え
られる。担当者一人ひとりの
裁量にある程度任せざるべき業
務もあろうが、それでは預か
り資産業務のフォローは不十
分になりがちだ。声かけや提
案の取組みが行き届かず、ク
レームや顧客離れの原因にな
りかねない。

筆者の知る限り、每期好成
績を残している営業店は、担
当者の属人的パフォーマンス
に依存せず、組織を挙げてフ
ォローに取り組んでいる。も
ちろん、担当者個人ではなく
営業店長や所属長の理解や協
力が必要な取組みだ。

まずは、必要なお客様をも
らさずフォローするために、
お客様リストを作成・配布し
営業店のメンバー全員でフォ
ローできる態勢を作ろう。
リスト作成の目的は「むら
なくフォローすること」なの
で、自店で一定の基準を設け
て店内で十分に共有できれば
よい。抽出するお客様の条件
は「特に影響を受けているお
客様」や「販売先すべて」な

ど。販売先の中でも「購入し
てから6カ月経ったお客様」
「5年以上取引のないお客様」
「保有資産50万円以上のお客
様」など、期間や金額で区切
ってもよい。

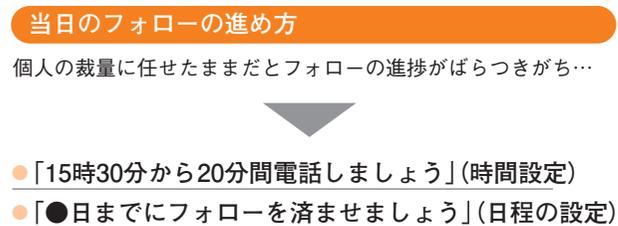
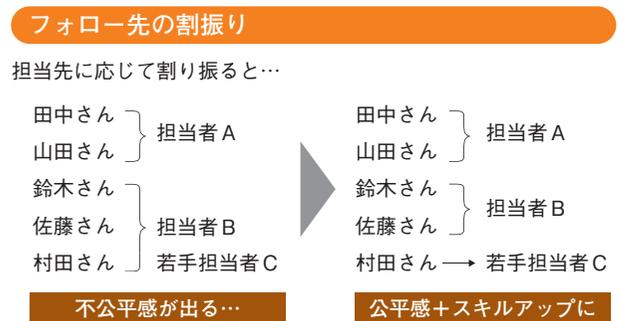
リストアップした表は、氏
名や連絡先、住所のほか、訪
問や電話をした日時とお客様
の反応等を記入できるように

作っておくとよい。担当者そ
れぞれのアプローチ方法や状
況を店内で共有するための。
次に、リストを基にフォロ
ー先を割り振る。リストアッ
プしたお客様のうち、担当者
が明確に決まっていらないお客
様が残るだろうから、担当者
全員に割り振っていく。
事前にこの割振りをしてお

かないと、フォロー先が優績
者に偏ったりしてしまう。そ
うなると将来的にフォローの
質に影響を及ぼしかねない。
もし担当に偏りが出ている
なら、担当替えや、フォロー
だけを分担することをお勧め
する。新人や異動で配属にな
ったばかりの担当者にも積極
的に割り振り、営業店メンバ
ーの全員でフォローする状態
を作り上げよう。

2週目の木曜日までにフォロ
ー先の訪問を終わらせる」な
どだ。参加しない人やフォロ
ーできない状態がないように
状況を見て決めよう。
営業店で実際にフォローを
始めると、忙しさや急な対応
などから予定どおりに進まな
いことも多い。しかしそれを
放置しておくともフォローは進
まず、担当者のスキルも高ま
らない。他のメンバーと協力
して進めるなど、決めておい
たルールをやり遂げられるよ
うに取り組んでみよう。営業
店の団結力の醸成につながる
し、フォローに取り組み意識
が全員に根付いていく。

図表1 営業店でのフォロー推進方法の例



(出所) 筆者作成

②当日の進め方

次に、当日のフォローの進
め方を共有しよう。
営業店内で一定のルールを
作って運営するとよい。取組
みのむらを減らすには、開始
する時間や完了する日程を決
めておくことが有効だ。
例えば、「今週は15時30分
から20分間は全員でお客様に
フォローの電話をする」「第

電話の時間や話し方を
決めておこう

また、お客様に話す内容を
事前に共有しておく、取組
みのハードルを下げられる。
例えば自己紹介、お客様が留
守だった場合の対処、近況の
聞き方、資産残高の報告、元
本が割れている人へのフォロ
ートーク、追加購入の案内方