

図解

新規開拓の基本的なプロセスとポイント

▼新規開拓の活動においては、プロセスを把握することが重要です。ここでは、基本的なプロセスを挙げて、それぞれのポイントを紹介いたします。状況によって多少異なりますが、以下を参考に自身の活動を検証・検討してみまじょう。

1 目標設定や目標達成プランの検討

- 与えられた数値目標をどう達成するか、期間を区切って考える
- 数値目標を念頭に置き、自分なりに「顔見知りのお客様を〇人増やす」といったプロセスごとの目標を持つ

2 対象となるお客様の抽出

- 商品の提供を目的に、行内情報・外部情報などを活用して対象先を抽出する
- 取引を開始したい特定のお客様がいればピックアップし、一覧にする
- ローラーするエリアの地域性を把握し、どのようなお客様が多いか念頭に置く

3 対象となるお客様の下調べと仮説設定

- 行内情報をもとに、お客様の属性や取引状況などを把握する
- 法人の場合、ホームページや信用調査会社等から情報を収集する
- 収集した情報をもとに、どのようなお客様かを想定して、「こんな課題・ニーズがありそう」「こんな金融商品がマッチしそう」などと仮説を立てる

4 お客様との接点創出・面談(直接アプローチ)

- 挨拶・自己紹介**
- 初めて顔を合わせるお客様には、挨拶とともに自己紹介をきちんと行う
 - 名刺を丁寧に差し出す。お客様の名刺を丁寧に取り扱い、名前を確認する
 - 自身を覚えてもらえるよう、場合によっては何度も名刺を渡す

- お客様の情報の収集**
- お客様をよく観察して、それをもとに話を聞いていく
 - お客様の状況を話してもらえようように会話を展開する
 - 仮説を検証する形で、質問をしたり話題を振ったりして詳細な情報を集める

- 情報の提供**
- お客様のニーズや課題を踏まえて、各種制度について説明またはアドバイスを行う
 - 地域ならではの情報を提供する(他のお客様から聞いた情報は個人情報に注意)
 - 質問されたことは、できるだけ早く回答する

- 仮説の検証**
- 収集した情報をもとに、仮説を検証する。仮説があっているかどうかを確認しながら新たに仮説を立てる
 - 当初立てた仮説にこだわるとその先の段階にはなかなか進めないなので、状況に応じて当初の仮説は忘れて方向性を変更する

- 具体的な提案**
- 金融機関本位の提案ではなく、お客様本位の提案を行う
 - お客様の状況に合わせて、最適な商品・サービスを選定し提案する
 - 趣旨が伝わるように、簡潔に提案内容を説明する

- クロージング**
- スケジュールどおり進められるように、書類の準備等段取りを行う
 - ミスなく、迅速に契約締結の手続きを進める
 - 契約締結時は専門用語をできるだけ使わずに分かりやすく話す

5 取引の獲得・実行・フォロー

- 1度取引を獲得したらそれでおしまいではない。お客様に取引を継続してもらえようフォローを行うことが重要
- 新たな取引が獲得できるように、お客様との関係性を強化する。その活動の中で見つけたニーズには迅速に対応する

