

〈お客様の属性別〉口座開設の機会こそ活かそう！ 継続取引につなげるため こんな声かけをしてみよう

美山 薫

窓口での会話の時間が取れる口座開設を、継続取引につなげる声かけ法を解説します。

1 就職を機に 口座開設に来たお客様



コロナ下においての就職活動はご不安やご苦労もあったかと思います。皆さんコロナ以降は、経済や生活面で「以前とは違う」と認識を改められていますよね。これを機会と考え、早くから「将来に向けて資産形成の計画を立てたい」と考える人も増えているんですよ

テ レワーク等が急速に広まり、生活の大きな変化が一般化しました。全世界が経験したことのない状況の変化に直面しています。現役世代のお客様には、こうした背景を受け流すことなく「若いうちから、将来に向けて生活基盤となる資産を築く重要性」を、積極的に伝えましょう。

資産形成に有利な制度があるという事実から案内

本ケースのようなお客様への、訴求のポイントの1つは「時間」です。「人生100年時代」を見据えて、若いからこそ時間を味方につける——という考え方を認識してもらおうのが大切です。

次に「税制」についてです。資産形成に関してすぐ商品説明に入るのではなく、まずは優遇税制など「有利な制度がある」という事



実を知ってもらうことから始めましょう。身近なところでは生命保険料控除、そして少額投資非課税制度が挙げられます。そのうえでNISAやiDeCoの仕組み、保障が必要であれば個人年金保険の案内をするのもよいでしょう。ちなみに、若いうちは入り用の機会も少なくないものです。急な出費に対応できるカードローン等の案内もしておけるとよいかもしれません。

POINT コロナ以降における資産形成の重要性の高まりを話題のきっかけに

2 (地方部への) 転勤に伴い 口座開設に来たお客様



転 居を伴う転勤は、年単位でその地域での生活をしていくことと同義です。こうした機会には、ぜひとも「地域の金融機関であることの強み」をきちんと伝えていきましょう。

近年はネットバンキングやモバイルバンキングの利用が若い世代を中心に増えているため、自行車がメインバンクになる可能性は少ないかもしれません。しかし一方で、「転居先近辺にコンビニが少なく、大型商業施設などにもメインバンクのATMがない」といった理由で、地域の金融機関で口座開設する人もいます。

「地域の人の縁をつなげる」という意識で応対してみる

まず、生活に慣れるまでは「土地勘がない」のが普通ですから、地域に関する情報提供はお客様に



喜んでもらえる働きかけとなります。例えば地域に根差した金融機関として把握している「ネットでは調べにくい商店街のイベント情報」や「図書館のような公共施設への近道や有効な使い方」などを提供できるとよいでしょう。

もちろん金融機関として、近隣地域団体などとタイアップした金融商品の案内はもちろん、ネットバンキングへのアクセス手順やATMの大まかな設置場所、稼働時間や手数料等の説明も積極的に行いましょう。

また地域によっては、このお客様が「自行車と懇意にしている取

引先の従業員」ということもありえます。その際は、ビジネスマッチングイベントや職域担当者の紹介といった方向にもつながっていく可能性もあります。フォロワーを重ねながら伺っていきましょう。「短期間だけご利用いただくお客様だから」という気持ちで手続き・応対をするのではなく、地域に根差した金融機関として、「地域の人の縁をつなげる」という使命も意識しましょう。様々な要素を幅広く捉えながら声かけをしていくことが有効です。

その後のフォローも怠らないことで、自行車の印象はだんだんとお客様に残り、自然と新たな相談にもつながりやすくなります。

POINT

- メインバンクでなくても、こまめな情報提供などで印象を残せる
- ネットで調べにくい地域のイベント情報などを案内してみよう