

自信がない・数字が伸びない…

八方塞がり担当者の改善ポイント

金指光伸

ここでは、投資信託のアプローチに積極的になれない担当者の「言い訳」を9つ挙げ、問題点と改善ポイントを解説する。

1

そもそも投資信託のメリットや販売する意義に納得していない…



皆

さんがお客様の立場だったら、「商品のメリットや販売意義に納得していない」「売り手から買いたいと思うだろうか？」答えはNOだろう。では、投資信託にはメリットや販売意義がないのだろうか？その答えもNOで間違いない。

投資信託は、多くのお客様のお金の悩みや不安を軽減し、お客様が希望するライフイベントの実現に役立つものである。皆さんの周りには、「投資信託のおかげで世界中の様々な資産に投資できる。投資信託は魅力的な商品だ」と考え、生き生きと提案している担当者が見えはすだ。少し視界を広げて見れば、投資信託で資産形成を実現したお客様や、投資信託を勧め

ることに意義を感じている担当者の姿が目に入るはずである。それにも関わらず、この担当者のように投資信託のメリットや販売意義に納得がいかないといいなら、それは「お客様のため」ではなく、「自分の営業成績のため」に「投資信託を売らなければならない」と考えているからだと思う。

メリットがないのは
売り方が原因のことも…

お客様のニーズを意識せず、売りたい・売りやすい商品を提案している。資産形成層にも、リタイアメント層にも、「なるべくリスクは取りたくない」というお客様にも、「多少リスクを取ってもリターンを狙

POINT

ニーズに合った投資信託を提案することがお客様にメリットをもたらす

2

数字のために提案すると思うと意欲がわかない



「数字」字のため」と思って提案している担当者は、お客様からは「自分の営業目標のために、私に必要な商品売りたい」と思っている人に見える。そんな担当者から買いたいお客様はいないため、その担当者の数字は伸びない。

売れないから売ろうとする

目標と実績の乖離が大きくなると、ますます数字のために売ろうとし、「今日も数字のために提案しなければ…」と思うから意欲がわかない。この悪循環を断ち切るには、どうすればよいのか。答えは「数字のための提案」ではなく「お客様のための提案」をすること。それだけで「売れる」担当者になれる。

POINT

お客様のための提案をすればお客様に喜ばれ、提案の意欲につながる

3

商品ラインナップや相場環境のせいで売れないと思っている



「どんな商品をラインナップに加えてほしい」と思うなら本部に働きかければよいが、「ラインナップのせいで売れない」と思っている担当者は、そんなことはしない。なぜなら、自分が売れないことを正当化しただけだからだ。

また、どんな相場環境でも売っている担当者はいない。こうした現実から目を逸らしてはいけない。

積立は相場に左右されない

どんな金融機関でも、インデックス型の日本株ファンド、国内外のREITファンド、先進国の債券ファンド、国内外の株式・債券・REITに分散投資するバランス型ファンドを取り

POINT

ラインナップや相場のせいでと考えているからこそ売れないと理解しよう

扱っているはずだ。お客様のニーズをしつかり聞ければ、それらの商品で十分に対応できる。相場が不安定だと短期的に利益を得ることは難しいが、金融機関で勧めるべきは長期・分散・積立投資による安定的な資産形成である。積立は購入タイミングを選ばないため、相場環境には左右されない。売れない理由がラインナップや相場ではないと気付けば、謙虚に「私は、お客様のことを知る努力を怠っていた」といった反省が生まれる。それが売れる自分への第一歩となる。