

個人のお客様には こんな理由で訪問し 信頼関係を構築しよう



個人のお客様に訪問したいときに使える「理由」「アプローチ」を挙げる。

定番の訪問理由

1

訪問理由

新しいエリアの担当になったときの挨拶

この地区の
新しい担当になりましたので
ご挨拶に伺いました



本 訪問理由およびアプローチは、まだ会えていない既存のお客様だけでなく、取引のないお客様も含め、担当することになったエリア内のすべてのお客様に使える。

ただし、お客様の自宅を訪れた際には「相手の立場に立つ」（＝相手に焦点を当てる・相手をよく見る、観察する）ことを強く意識したい。

例えば、皆さんが休みのお昼に料理をしていたとしよう。突然、来訪者があり、一旦火を止めて、玄関に出てみる。そこには営業マンが立っており、訪問理由を告げられ自己紹介をされ、一方的に話をしてくる――

皆さんは「早く済ませてくれな
いかな」と不満に思うだろう。
皆さんが金融機関の担当者としてお客様の自宅を訪れる際にも、同様のことが起こり得る。

皆さんは「早く済ませてくれな
いかな」と不満に思うだろう。
皆さんが金融機関の担当者としてお客様の自宅を訪れる際にも、同様のことが起こり得る。

お客様に話してもいい

このようなことを防ぐため、本アプローチトークを行い自己紹介をした後には、「いまま少しお時間をいただいてもよろしいでしょうか」と必ず一言添えてほしい。お客様から「忙しい」と言われたら、「大変失礼いたしました。ではまた改めて参ります」と答えて次の訪問理由を見つけてよう。
お客様から「いいよ」と言わ

POINT

れた場合も、一方的に話すのではなく「質問」を投げかけていくことが大切だ。例えば「前任者は〇〇という者でしたが、お会いになったことはございますか」「支店には月に何回くらいいらっしゃいますか」と聞いてみよう。こうすることで「お客様が話す立場」になる。
質問を行いお客様に話してもらいながら基本属性（出身地や勤務先等）や家族構成を確認して、「ニーズ」や「次回訪問の理由」を探していこう。

お客様のご許可を得た後に、質問を行いニーズや次回訪問理由を探る

2

営業活動時に近くを通りかかったときの挨拶

お客様のご自宅の
近くまで参りましたので
ご挨拶に伺いました



本 アプローチトークは、担当者と同様に明確な訪問理由が見つかからないお客様に使うことが有効である。

何度か面談をしたことがあり、基本属性や家族構成、取引内容等がある程度把握しているのであれば、本アプローチトークをきっかけに再度「質問」を展開しよう。

例えば「ご長男が●●大学の3年生とおっしゃっていましたよね。就職はどのような企業を目指されているのですか」「こちらのご自宅の外装は、周囲の家とは異なり、独創的なのづくりで素敵ですね。どなたがデザインを選ばれたのですか」など

POINT

家族の話題等で会話が盛り上がったタイミングで金融取引にも言及

会話が盛り上がったら…

このようにして会話が盛り上がってきたら、金融取引にも言及してみる。「メイン銀行はA銀行さんとお伺いしましたが、担当の方は定期的にいらっしゃるのですか」「どちらの住宅ローンをご利用ですか。金利などお教えいただけると、毎月の返済額が下がるご提案をできるかもしれません」――このように話して、お客様のニーズを喚起していこう。

3

前回の訪問から期間が空いたことによる挨拶

しばらくご無沙汰
しておりましたので
ご挨拶に伺いました



本 アプローチトークも、②と同じく明確な訪問理由が見つかからないケースで有効だ。基本属性や家族構成・取引内容等を基に再度「質問」を展開しよう。

ただし、前回訪問時から時間が経っているという点で、何らかの変化があったことを前提に質問を行いたい。

例えば「前回お会いしたときはお嬢様は高校2年生でしたよね。大学はもうお決まりですか」「推薦で東京の私大に決まっているのですか。おめでとうございます。ということは一人暮らしをするのですね。入学金・授業料や入居費用などが初年度は結構かかりますが、準備

金融商品の情報にも注目

前回の訪問で金融商品の情報を聞いているなら、それがどのように変化したかヒアリングしたい。「前回、B銀行さんで投資信託をお持ちだとおっしゃっていましたね。このところの相場下落でどう基準価額が変化したかご存じですか。お持ちの資料などをぜひ拝見させてください」などと聞いて、ニーズの発掘につなげていこう。

POINT

お客様にどんな変化があったのか聞いてニーズを喚起していこう