

例えば、ECモールに出店したアパレル会社。「コロナ禍で始めた新規事業はいかがですか」と聞けば、「ECモールは全国のお客様が対象だから、売上のケタが違う。アフターコロナでも引き続き力

新規事業から会話を展開

コロナ禍では、セルフレジやキャッシュレス決済がシェアを伸ばした。飲食店ではテイクアウトやデリバリーが増え、ホテルはテレワーク需要を取り込み、ピンチをチャンスにした。皆さんの担当エリアにも、そんな企業がきっとあるはずだ。ホームページなどで、企業がコロナ禍をどう乗り越えたか分かることが多い。

2 コロナ禍で始めた新規事業はいかがですか



「入れていくよ」とか、「いまはコロナ禍の反動で来店客が増え、リアル店舗が好調だ。ネット通販を始めて良かったが、久しぶりにデパートへの出店も考えているんだ」などの反応が期待できる。コロナ禍を追い風に始めた新規事業を、平常に戻ったからと止める必要はない。中にはその会社の主力事業に育つものもある。話は新規事業から会社の事業全体に及ぶだろう。質問を重ねることで、資金ニーズが発見できる。

POINT
新規事業を切り口に会話を進め、会社の事業全体の話に展開する

例えば、「そうだね。うちもだよ」という言葉が返ってきたとする。「やはり、コロナ禍は大変でしたか」という質問で返せば、「大変だったよ。なにせ、親会社からの受注がなくなってしまったからね」といった答えが返ってくる。腰を落ち着けて当時の状況を聞くとよい。

支援内容をヒアリング

の声をかけると、社長は高い確率で自社の状況を語ってくれる。まず、質問ではないから社長のガードは低くなる。さらに「そうだね」という肯定の言葉を引き出すことで、初対面の相手でも、親近感を抱いてくれるようになるからだ。

3 ゼロゼロ融資の返済が始まる事業者が増えていますね



そのうえで「そろそろ返済が始まるというお話でしたか」を枕詞に、「いつ頃ですか」「どれくらいの金額ですか」「どうされるのですか」など、新規融資につながる情報を聞く。続けて「メインバンクから借換えの話はされているのでしょうか」「ゼロゼロ融資を受けたメインバンクからは、どんな本業支援を受けたのでしょうか」と聞いてみよう。「いや役に立つ支援はなかったよ」といった反応なら、新規融資のチャンスだ。

POINT
返済の話から入り、メインバンクの本業支援の内容についてヒアリング

ビジネス環境の変化を踏まえ

経営課題や資金ニーズはこんなトークで引き出す

訪問先企業の事業環境や事前調査の内容等を踏まえて、経営課題や資金ニーズをキャッチするためのトークのポイントを解説する。

1~5

金指光伸

6~9

竹内心作

地域金融
ソリューションセンター代表

10~13

木内清章

産業能率大学講師

14

黒木正人

ファイナンススタイリスト
行政書士事務所長

1 コロナもだいぶ落ち着いてきましたね



ゴールデンウィーク明けの5月8日から、新型コロナウイルスは感染法上の位置付けが季節性インフルエンザと同じ「5類感染症」に移行した。やっと、世の中は平常に戻りつつある。

話を深掘りし商材にする

この声かけは質問ではない。しかし、こう言われた相手は、「そうだね」という言葉に続いて、何か一言、その影響を話してくれる。

例えば、「おかげで、売上が増えたよ」とか「対面の営業を復活させたら、取引先から喜ばれてね」などといった話が聞かれる。それを深掘りしていけば、商材につながるだろう。

POINT
お客様との距離感を縮めて、話を深掘りする中で商材につなげよう