

地域金融機関への 高橋昌裕からのYELL

Eメール

VOL.
3

「一本足打法」のススメ

営業現場の価値提供力は上がったか

多くの地域金融機関で「本業支援」「提案型活動」「ソリューション」「コンサルティング」といったことを、以前から（過去の中計から）掲げ、お客様の成長や課題解決を支援する活動に取り組んでいます。

一方で、「まだ成果や実績が限定的」「人材育成が難しい」という声も多く聞きます。もしも伸び悩みを感じ、このまま続けても望む水準に達するか不安ならば、Vol.2で取り上げた「事業性評価シート」と同様に、やり方を見直すタイミングかもしれません。

「何でも相談にのれます」のワナ

ところで、上述したような「価値提供活動」として、営業担当者に何を求めているのでしょうか。

「お客様の成長や課題解決のために現状を分析し、お客様にあった最適なソリューションを、当行（庫・組）の総合力を活かして幅広い支援メニューのなかから選んで提案するように」

正しいのですが、求めていることは相当レベルが高いため、一般的な営業担当者にはハードルが高すぎます。

また、お客様から見ても「どのような悩みでも相談にのれます」「さまざまなサポートが可能です」という訴求は、“まったく”心に残りません。

提供者の立場からすると、「何でもできる」と言いたくなる気持ちは、よくわかります。しかし、たとえば皆さんが知人のビジネスをサポートしてあげたくて、誰か紹介できる人を考えるために「何ができるの？」と尋ねたときに、

「何でもできます」という回答と、「〇〇ができます」という回答を受けるのでは、どちらが紹介しやすいかは自明でしょう。

結果として、営業担当者は「価値提供活動」に二の足を踏み、お客様も相談・照会をしてこないため、この手のスキルアップにおいて重要な経験値を高めることもできません。

「価値提供活動」の実績が思うように伸びていない地域金融機関の、一つの典型像です。

“ニーズ×勝てる領域”での一本足打法

こうしたケースでおススメするのが、「一本足打法」です。幅広いサポートメニューがあったとしても、「当行（庫・組）は、このサポートには絶対の自信がある」という領域を一つ決めて、それを全面に打ち出すのです。

もちろん、その領域に関しては、本部支援部署も営業担当者も研修等を繰り返し、本当に価値提供ができるよう徹底的に鍛えます。

「一本足」の領域を決める際の観点は2つです。まずは、当たり前ですが、中小企業経営者のニーズがあることです。「多くの」経営者が抱えている困りごとや願望は、探せば（探さなくても、ですかね）いくつも出てきます。

「覚悟」がレベルアップの核になる

「一本足」を何にするか決める際は、「うちの職員にできるだろうか？」という懸念は横に置き、「ニーズ x 勝てる領域」で考えてみてください。決めることが価値提供・人材育成の「覚悟」へとつながり、「覚悟」こそがレベルアップの核になります。

決めた「一本足」を全面に打ち出すことで、お客様に想起されやすくなり、相談の増加、経験の蓄積、そして「〇〇といえば△△銀行（信金・信組）だよね」という評判（＝ブランド）となり「価値提供活動」の好循環が生まれます。また、一つのことで経営者とじっくり向き合えば、他のテーマに関する相談も自然とされるようになってくるでしょう。

この経験が、最近イキイキさを失っているように見えてならない営業担当者のやり甲斐回復にもつながっていくはずです。

もちろん、「一本足打法」とてお客様の現状把握・理解をしたうえで行う必要があるのは言うまでもありません。くれぐれも「一本足打法」の絨毯爆撃となりませんように。

強み（一本足）の異なる金融機関が併存する地域は、お客様にもハッピーなように思います。

「何でもできます」から「一本足打法」による「具体的な価値提供」で地域のお客様をさらに強く。以上、高橋昌裕からのYELLでした。

弊社HPで確認いただけます

本ニュースレターは弊社ホームページでPDF版をダウンロードいただけます（<https://braveyell.co.jp/news-letter/>）。また、不定期発行のため「更新のお知らせ」をメールでお受け取りいただくことも可能です。

そしてもう一つは、自行（庫・組）が確実に価値を発揮できる領域、言い換えれば「勝てる」領域から選ぶことです。

たとえばビジネスマッチングは、多くの経営者にニーズがあり、マッチングに成功すればとても喜ばれます。しかし、マッチングの成功確率は高くはありません。野球で言うと満塁ホームランのようなものです。それ故「一本足打法」として全面に打ち出す領域には不向きです（もちろん活動するなという意味ではありません）。なお余談ですが「一本足打法」ということで王貞治さんの記録を調べたところ、生涯9,250打数のうち、満塁ホームランは15本でした。

領域は「お金」に関することが有力候補

“ニーズ x 勝てる領域”で考えると、選びやすいのは、企業の「お金」に関することでしょうか。もちろん、ノウハウを有していて営業担当者であっても「工場の生産性改善」「店舗の効率アップ」などで勝てるというのであれば、その領域でも大丈夫です。ただ、多くの地域金融機関では「お金」関係が馴染みやすいでしょう。

私の知っている地域金融機関の“優秀な”営業担当者は、次のような「お金」に関する価値提供を行っています。「一本足」を決める参考材料にもなり得るので、いくつかご紹介します。

- ・“日次”の資金繰りの見える化
- ・主要商品の限界利益の見える化と、利益率改善アドバイス
- ・「利益あれども現金たらず」な経営者への財務改善アドバイス

【発行・文責】

BRAVEYELL株式会社
(ブレイブエール)

代表取締役 高橋 昌裕

住所：〒104-0061 東京都中央区銀座7-11-3
矢島ビル8階

メール： takahashi@braveyell.co.jp

電話： 03 (3573) 0131

HP： <https://braveyell.co.jp>