

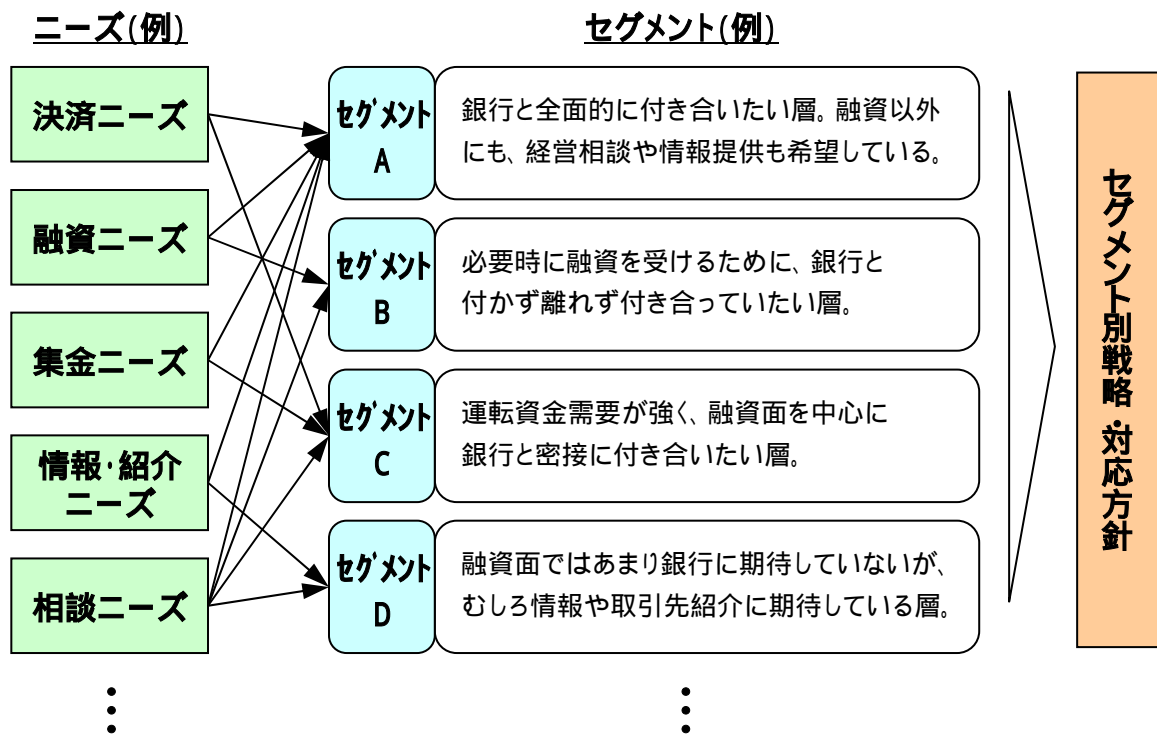
顧客ニーズに基づく法人営業戦略の構築

概要

- ・ 法人顧客は通常、地域、業種、融資金額、規模(年商)等、金融機関の視点からセグメンテーションされ、渉外担当者の訪問や、商品・サービスの提供を受けています。
- ・ 本来、法人顧客といえども、事業活動の特徴や経営者の考え方により、金融機関との取引について個々に異なるニーズを持っているはずで、これらのニーズへの対応は、従来、渉外担当者が個別に行っていました。
- ・ しかし、金融機関へのニーズや金融機関取引についての考え方・期待等に基づいて法人顧客をセグメンテーションし、顧客層別の対応方針を明確にすることで、より効率的かつ効果的な法人顧客への対応体制を設計することが可能になると考えられます。

法人顧客のセグメンテーション

法人顧客のニーズとセグメンテーションの考え方



期待成果

- ・ セグメント別の顧客対応方針が明確になるため、渉外担当者の属人的な対応に依存しない、本部主導のマーケティング戦略の立案が可能になります。
- ・ マーケティング戦略に基づき、セグメント別に具体的な営業施策を立案することが可能になります。
- ・ 顧客ニーズ別に対応チャネルを変えるなど、より効率的な顧客対応が可能になります。
- ・ どの商品がどの顧客層に向くかが明確になり、販売戦略の立案が容易になります。