

「ノリ・勢い・流れ」の3拍子

1. 圧縮付加で寸暇を捻出

前号で「ペッパーミル」が共通語になって「勢い」をつけるムードメーカーになっていると書きました。シンプルな動作に「コツコツ」という意味が含まれていると言われていました。しかし、この仕草は結果を出してからなので、「運」を掴むには役立たないのです。「運」を掴む、つまり、「福の神様には後ろ髪がない」と言われるように現れた時に掴む事が重要なのです。しかし、誰しも事情があるので動けない時があるのです。右掲は、「ノリ」と「勢い」と書いていますが、「これは」と思っても状況的に「ノリ」を發揮できない時があるのです。



人の記憶力はバスタブ曲線と言われますが、何もせずにいると殆ど翌日には忘れるのが現実です。忘れない為にメモをとる事が基本で

自分自身には有効ですが、メモだけでは相手はドンドン離れて行きます。つまり、相手とコンタクトを取って「関心がある」という事を伝える事が重要です。コンタクト方法は、いろいろですが電話はダイレクトに会話できるので一番相応しい手段です。その他に、メールやSNSなども即対応できる手段でありタイミングを外さないのが有効です。しかも、「電話」や「メール」「SNS」は5分もあれば相手に伝える事ができるので、「忙しい」を言い訳にする事が出来ないものです。

「直感力」と言いますが「ピン」と来る事があって、それを行動に移そうとすると障害があって二の足を踏むケースがありますが、それクリアする手法として故船井先生は「圧縮付加法」を教えてくださいました。物事は少し削っても結果に大差ない事が多いので、時間やスペースを圧縮する事を考えるのです。圧縮して「5分」の時間(寸暇)を捻出して、手短かに電話で「関心」を伝えて、次のアポをとり「流れ」を生み出すようにする事がポイントです。

2. 「ノリ」で「勢い」を付ける

「福の神様」をキャッチしても誰もが成功する訳ではなく、相手との関係を良くする努力が重要です。実際に、弊社のHPを制作した会社の「リレーションマネジメント事業部」と名乗る部署から電話があり、トンチンカンな状況になったのです。リレーションマネジメント(RM)はお客様との関係を担当する部署なので、当然、弊社のHPについて十分に調査をしている筈なのだが、調査せずに「ノリ」だけで会話をしようとするのです。

一般的にHPなら「アクセス解析」をして問題点を列挙する事から始めるのですが、この方は弊社に対して「グーグルビジネス」を切口にしようとするのです。グーグルビジネスの手法はB2C分野で有効な手法で、お店の情報を登録する事でグーグルマップに表示されるなどの効果で存在を知らしめる手法と言えます。弊社にも一度、この検索で問合せが来ましたが、弊社は物販ではなくコンサルティングがメインなので、一方的な話で噛み合わなかった経験があります。従って、グーグルビジネスには良い思い出がない状況です。小売店ならグーグルビジネスに食指が動くかも知れませんが、弊社は非物販なので距離が離れすぎるソリューションなのです。

「売上を伸ばす」の面では共通する所があるのですが、ソリューションが違い過ぎるので交わらないのです。つまり、ビジネスは「相手の為に」が基本で、準備不足で「ノリ」だけになると相手の話の土俵に登り「勢い」を付ける為に共通の接点を見出す事が出来ずに空回りになるのです。事前に調査して接点の候補を幾つか準備して、それらの事例を順に「こうではないですか？」と投げかける事で相手の共鳴点を見出す手順で王道なのです。RMという立場を名乗るなら「うちの状況を把握しておけよ」と言いたくなる程に薄っぺらい「ノリ」で展開しようとするのです。「準備(練習)はウソをつかない」と言いますが、事前に調査する事で「うちの事を良く知っている」と琴線に触れ、相手が「聞く耳」をもつと「ノリ」と「勢い」が絡み合い善循環するのです。

3. 「ノリ」を良くする会話法

営業技術の一つに「ペーシング」があります。‘pacing’は「話す速度・声の大きさや高低、あいづちやうなずきの頻度・タイミングなど、非言語的な伝達によって信頼関係を生みだそうとするコミュニケーションスキル」であり、営業関係者の初歩の技術です。また、「ザイアンスの法則」でも言われているように初対面や会話の初期は緊張するもので、この緊張を和らげる技術がポイントになります。しかしながら、現実的にはこの技術を身に付けていない方が多いのです。

右掲は弊社のHPにある資料ですが、営業の方が「ワクワク」する為に必要な「時期感・シナリオ感・ボリューム感」の3つです。勿論、一方的な物では押し売りになりますので、「SPIN法」で相手の思いを聞き出す事から始まり、「FABE法」で商品説明する事で関心度を探り、Fit&Gapを繰り返して「欲しい物」に迫って行くのです。この過程で「時期感」を探り、押し売りにならないように心掛ける「シナリオ感」と「ボリューム感」の両面でペースを合わせる事で双方の「ノリ」が良くなる重要な3要素です。

また、お客様が口を開いて語り始める事がポイントですが、当初は本音を出さないケースが多いのです。「キクの3段階」(聞く・聴く・訊く)の中の「訊く」がポイントで相手の困りごとに迫る為に「こうではないですか？」とボールを投げて返事を得るキャッチボールから始めるのです。つまり、まず「投げかける」事が基本であり、答え易い「投げ掛け」を選ぶ事が重要です。意外に他社の話題に関心を持ってもらえるケースが多いので、事例を多く用意しておく事がポイントになります。

5. 3つの感度を磨く

- ★ 時期感・相手のゴールを聞く
- ★ シナリオ感・ゴールまでの道筋
- ★ ボリューム感・ゴールでの果実

1. SPIN法・上手な調査法

- ★ Situation (状況を確認)
- ★ Problem (困っていることを確認する)
- ★ Implication (シーンを示唆する)
- ★ Need-payoff (支払条件を確認する)

2. FABE法・商品説明の基本

- ★ Feature (製品仕様)
- ★ Advantage (利点)
- ★ Benefit (経済効果)
- ★ Evidence (事例・証拠)

4. 「流れ」は「あきない」事がポイント

右掲は「明元素言葉」と言われるものです。「明元素」は「明るく元気で素直になれる」という意味があり、「おもしろい」と受け止めるか「よく分からない」と距離をおくかで大きく分岐するのです。何事も人との関係なので「受容」する事から始める必要があり、「そだねえ」はカーリング女子の共通語になってチーム力を増していました。この共通語で「ノル」ことが重要でWBCでも「ペッパーミル」が共通語になり、チームもファンもそうでない人も同じ仕草を真似て一体化して「ノリ」が加速して「勢い」になり大きなパワーを発揮したのです。



あき びん びん
明元素
現状打破言葉

充実している	褒められます	積極的
おもしろい	できる	すぐれた
楽しい	やれる	金があまる
おいしい	まだ若い	きれいだ
勢いします	私はだ	幸せだ
やってみよう	楽しい	元気だ
素晴らしい	沢山	イケル
驚かす	美しい	うれしい



ありがとう
暗病反
現状維持言葉

疲れている	嫌いです	暗い
つまらない	できない	いやだ
難しい	分からない	金が無い
まだだ	もうだ	またない
どうしよう	バカだ	不審だ
やめなさい	おもしろくない	嫌いだ
マイク	悪い	つらい
失敗した	わからない	大変だ

「ノリ」は「人」による部分が多く、「そだねえ」や「ペッパーミル」などの共通語の他にも他人の心を開く方法が数多くあり、それらの手法が個々の集団にfitして一体化に役立ちパワーを発揮しています。つまり、共通語がfitして集団に「勢い」を付けて加速する事が重要です。その為には誰もが参加できる「ノリ」がポイントであり、「そだねえ」や「ペッパーミル」はシンプルな表現法で誰でも実践できる共通語です。

「ノリ」で「勢い」が出来ても瞬間的に終わる状態では「風土」にならないのです。「風土」として集団に根付くには、「ノリ」を共通語化して、しかも進化させる人が出て「流れ」として鮮度を維持しながら発展させる事がポイントになります。「ノリ」の音頭をとり全員に波及させる事で「勢い」を作る事がリーダーの重要な役割であり、その「勢い」を一過性に終わらせずに「流れ」になるように適度な間隔で引っ張り続ける事がポイントです。しかし、「飽きる」ので途中で立ち消えて「流れ」にならない事が多いのです。「商」は「あきない」とも読みますが、リーダーシップも同じで「あきない」で適時、集団を引っ張ることで「流れ」を維持する事が重要です。