

「他人に甘く」

一般的に「他人に厳しく、自分に甘い」と言いますが、
実感する方が多いと思います。

私はサラリーマン時代、コンピュータの担当だったので
プログラムを制作していたのですが、
役職が付いて、部下の方々に制作して頂くようになった時、
例えば、自分では1日で完了すると思ったものを
3倍の日数で見積もっていたが、
それでも遅れ気味になるという経験をしています。

「現実には思いより深く広い」と言いますが、
私がイメージするのは結果なので経験則から見積もっているが、
受ける部下の方にとっては初めてのことも多いので
3倍では時間が足らず5倍というケースが多かったのです。

この経験は経営コンサルタントとして仕事する上でも
3倍では少なく5倍という時間見積を行なうように
経験則を取り入れていました。

つまり、「他人に厳しく」ではなく「他人に甘く」の心算でも
それでも難しいケースが多いのです。

例えば、お客様が経験している事なら早く動いて頂けるが
未体験のモノなら、なかなか動けないというケースが多いのです。

仮に、「商品」を売るという話なら
該当するお客様をピックアップして
戦略的に行動して結果を出しやすいのですが、
「形」のないサービスのようなモノでは、
なかなか動けないのです。

このようなケースでは「モノ化」と言って、
サービスを案内する資料を作ってアシストするようにしていますが
さらに効果を挙げるにはロープレなどをして

「ツール・手順・トーク」
を取得して頂くようにしています。

営業の方々なので「既存客」にはアプローチしやすいですが
その優位を発揮するにも「ツール・手順・トーク」を決めておく
とスムーズな展開になっていますが
成果につながるには「アドリブ」能力に依存するのも事実です。

「アドリブ」、つまり、相手に応じた言葉で「心をつかむ」という
基本が働くか否かにかかっているという感じです。

「こんな事で困っていませんか」という切り出しから
お客様の「口」を開いて頂いて、
言葉のキャッチボールをする訳だが、
理路整然と「メリット」や「価格」で押し進むよりも
「ずばり、うれしい、待ち遠しい」
の3要素を引き出す「アドリブ」が課題なのです。

例えば、同業他社での使用状況や
メーカーなどが開催する体験会などへのお誘いなどで
「ずばり」「うれしい」
を引き出せるか否かにかかるとのことです。

これが「アドリブ」と言っているように
定型的な切り出しでは難しいです。

臨機応変と簡単に言いますが、
これが多くの方が不得手なのです。

ロープレで色んなケースからキーワードが浮かんで来ますが
それらを身につけて置かねば疑似体験も無意味なのです。

「学ぶ」は「真似ぶ」というように、
他の人の行動や言動を吸収して自分のモノにすることで
「疑似体験」の能力に繋がっているのです。

それこそ「咄嗟」に疑似体験をアドリブで伝える能力があれば
「鬼に金棒」
という「人財」なのです。

「他人に甘く」で書き始めていますが、
「人のふり見て我がふり直せ」という格言のように
やっぱり、煎じ詰めれば「他者から学ぶ」という姿勢の有無が
大きな決め手になるのです。

そういう姿勢を持った「人財」になって欲しいと思っていますが
何事も「流れ」と「勢い」が必要なので
少なくとも「3回安定」を厳しく要求して
ここの結果に対してアジャストすることで
真の意味で「ずばり・うれしい・待ち遠しい」の「心」を
お客様から引き出せると信じており
「厳しく要求」するようにして
「流れ」と「勢い」が出来れば、
「信念」ができて、自力で展開してくれるようになるので
結局、「甘い」ばかりではダメと思っています。