

「目が輝いているか？」

1. 「PASSION」

右掲は、前号まで5回シリーズでご紹介した京セラ稲盛さんの有名な言葉「PASSION」(情熱)です。7つの要素、それぞれに分解されていますが、これでは難しくなるので、これを短縮して「成果」＝「考え方」x「熱意」x「能力」だとまとめておられますが、この順番が大切なのです。

まず、「考え方」には-1から+1まで大きく変わります。「考え方」がゼロ以下であれば、仮に、「熱意」x「能力」に優れていても「成果」という面ではゼロ以下の結果にしかならない

のです。従って、「考え方」がプラスでなければならず、中途半端ではなく+1に保つことが大切なのです。しかし、個人を取り巻く環境により影響を受け「考え方」に陰りが出て、ゼロの方向に萎み、さらには、反対方向にマイナスな「考え方」になるという風になるのです。

そして、「熱意」が来るのですが、これこそは「PASSION」なのです。「利益」を「願望」して、「誠実」に「強い気持ち」で「創意工夫」をこらしながら「積極的」に何回も「あきらめず」に繰り返すことが重要なのです。右掲は「好きな事＝仕事」というイラストですが、「砂時計」のように、途切れることのないように反復し続けることが重要なのです。この「反復」こそ重要な要素なのです。仕事は殆どが同じことの繰り返しと言えるのです。従って、誰でも「慣れ」が出て、ついには「飽き」が来るのです。この「慣れ」と「飽き」を克服する為に「INNOVATION」(創意工夫)が必要になるのです。少なくとも「コツ」のような物を獲得する必要があるのです。「コツ」をつかめば「楽しく」もなるのです。

そして、最後に、稲盛さんは、「能力」が最後だとおっしゃっているのです。なぜ、「能力」が最後かと言うと「通常の仕事で必要される能力は誰にでも十分にある」とされているからです。義務教育を受けた方なら、基礎能力の面では誰も大差がない状態なのです。従って、稲盛さんは「能力」に優劣があるのではなく、その前にある「考え方」x「熱意」という部分が「成果」に大きく影響するのだとおっしゃっているのです。

PASSION(情熱)

- | | |
|-----------------|----------|
| • PROFIT | 「利益」 |
| • AMBITION | 「願望」 |
| • SINCERITY | 「誠実さ」 |
| • STRENGTH | 「真の強さ」 |
| • INNOVATION | 「創意工夫」 |
| • OPTIMISM | 「積極思考」 |
| • NEVER GIVE UP | 「あきらめない」 |



2. 母の言葉

従って、その仕事が好きか嫌いかという違いにより起こる「考え方」や「熱意」の変化によって大きく差がつくのです。この「考え方」や「情熱」を他人がどのように計測できるかという課題が起こるのです。まず、「考え方」ですが、ネガティブな思考では、例えば、お客様が買いに来てくれても売れないのです。なぜなら、ネガティブな思考の方は「明るさ」に欠けるのです。

ここで、私事ですが、少し長男のエピソードをご紹介したいと思います。彼は37才になり、大手メーカーに勤務し技術開発を担当して工学博士で就職してからも学会で論文発表しています。言わば、業界の最先端技術を開発しているのですが、正月に私の母(満91才)に会った際に「目が輝いていない」と指摘されてハッと気づいたようでした。この「目が輝いていない」という素直な言葉が利いたようで、帰り際に「お父さん、おばあちゃんにありがとうって言うておいて」と言うてくれました。

このように、「考え方」がネガティブになっているか否かを判別する方法として「目が輝いているか」というチェックがあるのです。

3. 「声が明るい」

私は、30年前になるのですが、トヨタ系販売店で経営企画の仕事をして、現場のOJTをやっていた経験があります。80年代はバブルに向かっていましたから景気がよかったですので、クルマもよく売れましたが、反面、求人難でもあったのです。この状況なので、「新人営業マン」の育成、特に、「女性営業」の育成という事に取り組んでいたのです。トヨタ改善チームからも「誰でもできる」をキーワードに育成法の開発が期待をかけて頂いていたのです。

右掲は、「車検」を軸にした育成法の一例です。皆様もよくご存じのように、自動車には「車検」という制度があって、継続車検を受けるか乗り換えるか廃車するかという3つの選択肢しかないのです。このタイミングで「お世話する」という立場でコンタクトをとる図式なのです。女性や新人の営業マンが、比較的まじめに取り組んでくれたので、例えば、10件のうち3件ほどが来店していただき、その中から車検と代替というケースで、女性や新人が月に3~4台の新車が売れるようになったのです。

誰でもできる「車検」案内

1. 毎水曜日に車検到来期のお客様を10件抽出
2. その10件に手書きの車検案内のハガキを書き投函する
3. 金曜日の晩に、フォローの電話をかけて車検を案内する
4. 車検を受けるお客様に来店をお願いする
5. 来店のお客様にサービス部のフロントマンと一緒に車検を進める
6. 車検を獲得する

このキーは、フロントマンが一緒に応対してくれるという安心感があるので、車検フォローで金曜日に電話をかけても声が明るいので、電話に出られた家族の方の印象が良いのです。「トヨタの〇〇さんから車検の電話があった」という事で、翌日、ご指名で電話がかかってくるケースも多いのです。「声が明るい」というのは非常に大きな要素ですが、一人で何でもこなす必要があると、誰でも緊張した声になってしまい、どうしても、お客様の印象が悪くなってしまいます。すなわち、「声が明るい」=「笑声」=「笑顔」という好印象の連鎖になるのです。

4. 「出来た³」=「人材育成」

稲盛さんの「成果」=「考え方」x「熱意」x「能力」という公式に当てはめると、上記で実施した「車検」の例は、若い人の経験不足を補うために、結果の出やすい「車検」を選び、その上、販売した会社という優位性を担保したのです。自動車を実際に乗っておられるのはご主人というケースが多いので電話する時には「不在」なのですが、ご家族に好印象を持ってもらえるようにしたのです。もちろん、来店して下されば、専門のフロントマンがカバーするという安心感を持たせたので、本当に、「女性」や「新人」でもストレスの少ない車検ハガキ作戦だったのです。

この経験から学んだことは、誰でも実績を積むことで自信をつけて成長して行くという事だったのです。「出来た³」と呼びましたが、「できた、できた、また、できた！」という連続を作り出す事が大切なのです。「車検」を受けるという事ですが、このタイミングで乗り換える方も多かったのです。これは、特別な例になるのですが、「車検」を案内したお客様が「セルシオ」を買おうとされていたのですが、ベテラン営業が接客して「アリスト」に翻意して頂いたという驚くような事例も出たのです。まさに、こちらからタイミングよくコンタクトを取る事が大切という事例だったのです。

今でも思うのは、営業という職種でもお客様からの要望に応じているだけで、自分からタイミングを計って「声かけ」という事はないという現実なのです。何故なら、「タイミング」というものを計らないという事実があるのです。極端な例では、テレアポです。一方的に、かつ、無差別に電話をかけて来て「売り込もう」とする例です。相手の迷惑を考えない行為で、あるお客様は「10円玉商法」と揶揄されていましたが、電話帳などのデータを利用して商売する事が多くなっています。こんな方式でも成り立つビジネスがある時代で、いろんな会社が活用しているのです。これでは「人材育成」になるのかと懸念しています。

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryu.html> あります！】