

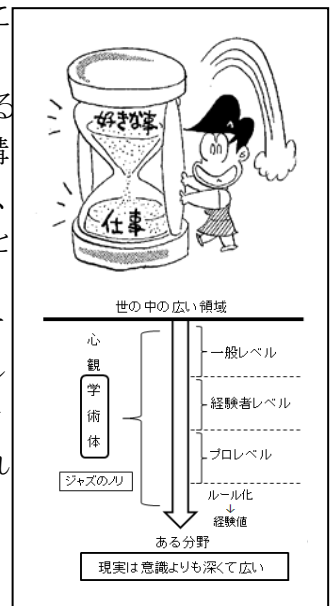
ルール化で「尖った人」を支援

1. 「楽しくなければ仕事ではない」

右上は、よく使う「好きな事」=「仕事」というイラストです。砂時計のように反復して仕事を繰り返しています。右下は「一点突破」を表す図です。どんな仕事でも「一般レベル」⇒「経験者レベル」⇒「プロレベル」と造詣が深まるのです。24年前に船井総研で船井流のコンサルティングを学んだ際に、講師の宮内先生がコンサルティングを行うには、「心・観・学・術・体」と言っ、「術・体」すなわち「実践できる分野」で「やってみせ」が出来る事が重要だと教えて下さったのです。

私は、「好きな事」=「仕事」と「心・観・学・術・体」の2つが重要だと考えて「Faxちらし・3段活用マーケティング」という独自分野を切り拓いてコンサルティング会社を起業したのです。「マーケティング」を「Faxちらし」で実践する事であり、会議で決めた事を素早くお客様に発信する事で「情報」の流れをつくる事でマス・プル型の販売促進法なのです。その「術」は商品を決める事であり、「体」はちらし化して一斉同報する事でスタートしたのです。

幾ら「好きな事」=「仕事」としても一本調子では行かないのです。当初はメーカーから直接ユーザーに発信するスタイルでしたが、別のメーカーでは流通構造が多段層でメーカー→全国卸→地方卸→販売店という3段階なので、販売店からの注文情報が逆流するようにして、販売店に発信する前に全国卸や地方卸へ説明に行く方式を取った事もあり、また、地方卸様では「ちらし勉強会」方式で情報発信する啓蒙タイプもありました。このように、いろんな経験をしたので、「ジャズのノリ」と表現して、基本形は同じでもお客様毎にも違ひ、商品によっても違ひが出る事や、お客様の思わぬ反応にも同期できる応用力が重要だという意味を表しているのです。そして、「ルール化」⇒「経験値」とあるように、毎回、反省して「よかった点、悪かった点」を明確にしてきた事が「現実意識よりも広くて深い」という事に繋がっているのです。



2. 経験からルール化

弊社は平成7年7月3日創業ですから、社歴23年を超えています。現在のように、変化の速度が速い時代に「Faxちらし・3段活用マーケティング」だけでは流石に対応できず、派生系として「ちらし」や「ホームページ」のデザインを内製化してデザイナーを雇用し「形は心を動かす」という信念を深め、さらに、三男が入社してシステム開発が出来るようになり「数字は命令する」という信念が加わったのです。

右掲は弊社の営業管理の基本概念を表している物です。営業のミーティングで「売上」に終始して、ただ単に「売って来い」という檄を飛ばすだけでは営業担当者は動けないのです。例えば、「受注残」の中に納期を早めれば当月の実績になる案件について「どうするか」と対策を考えるのなら「方法」も見えて「コミット」する事も可能になるのです。この対策が打てるという意味では「PP」(見積案件)や「SP」(気配案件)を把握して、そのネック要因を洗い出して対策を考える事が重要になるのです。その為には、日報などの情報から見積案件や気配案件を把握する事が重要になるという公式化した物なのです。

売上 = 実績 + 受注残 + PP + SP
PP: 見積案件 (Prospect)
SP: 気配案件 (Suspect)

「ルール化」と呼んでいるのですが、経験則の中からパターンを把握して自分流の成功法則を作り出す事が大切なのです。私は、「信念」=「ルール化」=Σ(経験)と公式化してアピール(尖った)ポイント化する習慣を身に付けてきたのです。

3. しがらみの少ない「若さ」

右掲は619号でご紹介している「V字回復」の図です。満足してゆったりと過ごしていると世の中の変化に遅れてしまって、気づいた時にはかなりの重傷な状態になっている事が多いのです。そこから立ち直るには「強い意思で反転攻勢」が必要だと書いているのです。この時、当事者の方々は「ゆで蛙」状態なので、どんどん丸くなって争わない状況になっており、ある意味、負け癖がついた状態になっているのです。そして、「負け癖」は「どうせ、〇〇だ」という諦観した言葉になって表れるようになるのです。

このような状態が蔓延ったら、この状況から脱出するのに本当に大きなエネルギーが必要になります。「他人は変えられない、変えられるのは自分だけ」なので、まず、誰かが意を決して立ち上がる必要があるのです。そして、同時に「どんどんシャープになる」為の「商品・技術・サービス」の一つを示して、まず、最初の成功事例を示して、その一つに同調する人を増やす事が大切です。これを故船井先生は「百匹目の猿」という著書で示されたのです。この事は改善の世界でも「改善の4人衆」で「1. 突飛でもない事を言ひ出す人、2. それに同調する人、3. それをトコトン追求する人、4. それを横展開する人」と言っており、同じように「同調者」が重要だと言っているのです。

「反転攻勢」が順調に進み出すと皆の顔つきが明るくなり、前向きな意見が飛び交うようになり、皆が「どんどんシャープになる」という善循環が始まるのです。この状態になるには「3. それをトコトン追求する人」という旗振り役が重要になるのです。旗振り役の方は、多くの場合、意外にも若い人が多いのです。なぜなら、単に旗を振るだけではなく、新しい事にチャレンジする精神的エネルギーに満ちている事が必要なので「しがらみ」が少ない方がやり易いからなのです。この若い人を育成する風土が重要になります。



4. 尖った人を支援

右掲はお馴染みの「支援の四原則」ですが、改善の旗振り役は若い人ばかりでなく、「支援者」として年配になっても可能なのです。右掲には書かれていませんが、まず「受容」する事が重要です。若い人の前向きな意見には「尖った部分」が多いのですが、その至らなさを追求するのではなく、本気度を確認した上で「やってみなはれ」と後押しする事で「改善の歯車」を転がす事が大切なのです。

当然の事ですが「関心を示す・激励をする・助言する・助力する」の四原則が基本になり、そして、最後は「助力」から「自分でやって見せる」という異次元のレベルを示す覚悟が重要です。船井総研で学んだ時に宮内先生は「コンサルタントの役割は、当事者を押し進めることであり、最悪の場合、介入して押し進める事が重要であるから、自分で出来ない事を言わない方が良い」と教えて下さったのです。お蔭様で、殆どのお客様では当事者内で展開されており、私が、介入して「やって見せ」をする事はなく、「結果にコミットする」という言葉のように「肚」を決まっていれば伝わって来たのです。

