

Business Journey

モジュール 9 前半

株式会社 OUTSTANDING

真の信頼を確立する13の方法

～日本人の間違った信頼構築～

ジェイ・エイブラハムです。
またお目にかかせて頂きます。

このセッションは最後まで重要です。
このセッションでさらに明確にしていくのは、あなたが成功する可能性や、市場がどのようにあなたやチーム、商品やサービス、あなたのブランドや他との違いを見るかです。

ここからお話しするのは、**信頼構築**についてです。
市場、チーム、販売業者、コミュニティの有力者と、つながりをどうやってつくるかということです。

そしてあなたが最も信頼できる存在で、本物で、市場の最大の利益の真の代弁者であることに一切疑いの余地がないことを示すのです。

とても重要ですから、メモを見て話します。

私にはスティーブン・M・R・コヴィーという無二の友がいます。
「7つの習慣」という衝撃的な名著を生んだ、スティーブン・R・コヴィーの息子です。

息子であるスティーブン・M・Rとパートナーのグレッグ・リンクは画期的な研究を行い、厚い信頼を得ている組織や経営者たちは、信頼が薄いか、はたまた全く信頼されていない組織や経営者たちと比べ、より多くの効果と影響を実現できると示しました。

まず心から申し上げておきたいのですが、これからお話しすることは、決して日本のビジネスパーソンをおとしめたり、悪く行ったり、軽視したりするものではありません。

ません。

しかし、これまで多くの日本の方々と仕事をして、彼らが考える信頼というものがひとりよがりか、一方通行で不安定であるように思いました。

本当の意味での真の信頼構築というものからは、ほど遠いものであると感じたのです。

スティーブン・M・R と グレッグ・リンクの研究は画期的で、市場や買い手、見込み客や販売業者、そしてチームから厚い信頼を得ている企業は、あまり信頼されていない競合と比較して、平均で3倍の成果を上げているという、驚くべき発見を示しました。

つまり競合が1億円売り上げていたら、信頼の厚い企業は3億円売り上げているということです。

もし競合が15%の利益を上げていたら、信頼の厚い企業は45%の利益を達成するかもしれないのです。

もし競合のチームが半年ごとに辞めていたら、信頼の厚い企業では、チームが三年間は働いているということです。

競合の経営者たちがチーム全体をまとめて、大きな目標を真に後押し出来ていなかったら、信頼の厚いリーダーや経営者たちは、非常に短期間のあいだに連携して、チームを組織できているということです。

信頼が薄いと、販売業者からうまく仕入れられず、有利な取引条件や、情報、協力を引き出せない一方、信頼の厚い企業では、販売業者から好かれ、あらゆる好意的な協力を追加で得るのです。

信頼を得ているからです。

販売業者はより信頼のおける企業とさらに取引し、いかなるときも共に成長できる、長期的な大口クライアントとしてくれます。

今日は基礎だけですが、実際はもっと多く、ワークブックではより多くのことを書いています。

13種類の**特性**があり、最高の信頼というものが、相手側から見て、どのようなものか定義して、確立し、表現しています。

そしてこの相手側とは、あなたの役割次第ですが、市場、つまり見込み客やクライアント、流通業者、販売会社、販路が該当します。

もしあなたが経営者なら、チームやマネージャーの方々との信頼構築のことです。

もしあなたがとても競争の激しい市場にいたら、それは販売業者からあなたに対する信頼や、好意的扱いやひいきを得られるか、ということです。

とてもシンプルです。

13の特性だけです。

しかし、98%の日本の起業家の方々、98%の日本の経営者やリーダーの方々、影響力や効果が大きく、成果の恩恵を強く受ける、98%の人々がこれらを理解せず、示せていません。

そして13の特性の多く、またはそのいずれも、実践できてはいないのです。

今から10～15分は、この13の特性について、**なぜこれらが決定的に重要なのか**を示します。

これらはすべて皆さんにとって目から鱗でしょう。

起業家の皆さんが最も手に入れたいものは、信頼だからです。

いま皆さんがしていることを思い返してください。

ただ商品、チームやサービスの品質においてベストでありたいのではなく、目的や他社との絆でもベストでありたいでしょう。

周りの関係者や、あなたの成功に良い影響を与え、拡大維持できる可能性のある人々のつながりです。

すなわちクライアントや見込み客、紹介者、流通業者、市場の有力者、販売業者、アドバイザー、さらには、あなたと同一でない商品を扱う競合も含まれます。

■信頼を高めるための13の特性

では早速、13の特性について見ていきましょう。

そしてどのようにこれらの特性を使って、向上し、成長して、ご自身のものとして深く理解した上で、ご自身やチームの活動で、活かせるかを見ていきます。

面白いことに、最初の特性は「正直に話す」ことです。

つまり、包み隠さず、素直に話をすることです。

すべてについてです。

中途半端な正直ではいけません。

思ってもいないことを言ってはだめなのです。

とても誠実で、そして真摯であるべきです。

日本の方々と仕事をして、一番ストレスなのは、議論の中で、ノーともイエスとも言わず、

多くがそのまま消え失せてしまうことです。

これはビジネス上とても良くないことであり、信頼はほとんど生まれません。

私がこれまで共に仕事をしようとした方々にも、まったく信用ができない人々が多くいました。

これはまさに悲劇です。

正直に話す、というのは、真意を語ることです。

これを我慢したりする必要はありません。

「出来るかわかりませんがこう思います」とか、「我々が対応しますが、先にこれが必要です」と、

伝えて問題ないのです。

しかし、もしあなたが協力的でなく、正直でない回りくどい話し方をしているなら、あなたは真逆の振る舞いをしていることになります。

不正直で、頼りにならず、信用できません。

減少者は負の幾何学を生じさせます。

あなたは倍増させる人、または減少させる人のいずれかです。

ご自身の成功や影響、成果を何倍にでも倍増させることができるのは、自分がやっているあらゆるものごとにおいて、最高の信頼を理解し、実践し、実現したときです。

もしその逆をすれば、あなたの販売活動や発する言葉、ブランドへの信用を傷つけ、あなたを信じてくれているチームや販売業者に、負の影響を与え、きわめて非効率にしてしまいます。

まずすべきことは正直に話すことです。

本音を伝え、隠したり、こそこそしないことです。

ノーである時に、イエスと思わせてはいけません。

ノーならノー、イエスならイエスと伝えてください。
そして何をします、いつしますと、伝えればいいのです。

もし検討が必要なら、何について検討が必要で、なぜ必要か話して、相手にも共同作業のプロセスに参加してもらおうのです。

なぜなら、日本式のやり方のままだと、不信感や、信頼の欠如、ビジネスへの恐怖心、不確実性、そして閉鎖的姿勢を生むからです。

もしあなたがそのようにしたいなら、決して正直に話をしないでください。
ただもしそうでないのなら、本音で話してください。

見込み客や買い手の賢さに敬意を払うのです。
チームがついてきてくれことに感謝してください。
あなたのことを信頼してくれているのです。

あなたが彼らに成長をもたらし、能力をのばしてくれると信じているのです。

チームに最高の場所を提供し、彼らのことを最も気に掛ける存在として、です。

販売業者たちは、あなたがすぐ支払うと信頼し、あなたのビジネスが今後成長すると信じています。
あなたへの支援は彼らにもプラスの投資なのです。

本音で話してください。本物の存在となるのです。
他人に対してだけでなく、ご自身に対しても、です。

なぜなら心の底から真実でないと、あなたの魂、心、腹の底はぽっかりと穴が開いてしまうからです。
あなた自身、卑怯で不誠実とわかっているのです。

情報を限定して隠すことはそれがどの程度であれ、相手に失礼なので、つながりが感じられないものです。

それが買い手でも、販売業者やチームでも同じです。
だから本音で話をしてください。
本音で語ってください、自由に感じるままにです。
前回何と言ったのか、思い起こす必要はありません。

ただ真実を語り、表現するのです。
何をするつもりなのか、伝えてください。

不確定ならば、そう伝えればいいのです。
「まだわかりません。これを検討させてください」と。
ただ不明瞭な言い方はしないでください。
ごまかしをしてはだめです。

するつもりのないことを するように思わせたり、検討しないのに、検討するふりをしないように、もし検討するのであれば、何を検討するのか伝え、対応されていると相手を感じるようにします。

これはとても重要なことです。

2つ目は、相手への気遣いを示すということです。

日本文化ではあまり認識されていないと感じますが、他の人の人生、他の人の立場、皆関係しているのです。

自分と同じくらい、あなたも重要です
ホテルの清掃員だって重要です。
彼らには彼らの人生があり、希望や夢があります。
彼らにも子供がおり、お金に関する問題、

健康や人間関係の問題、そして不安を抱えているのです。
みんな大切な存在です。

そしてあなたが示す必要があるのは、彼らの人生や関係性を理解し、尊重し、認めていて、そしてそれらすべてが、あなたにとっても大事なのだということです。

クライアントや見込み客、販売業者、チームにも同じようにします。

あなたの気遣いが真摯で、彼らの状況や立場に立って、人生、問題、視点を尊重していると感じてもらえれば、彼らはより一層あなたを信用してくれるのです。

まとめると、1つ目が正直に話すこと、
2つ目は気遣いを示すこと。
そして 3つ目に、透明性を持つこと。

すべきでないのは、他人から見て、こそこそしていたり、道義に反していたり。それらは言葉と逆のことをしているように見えるからです。

自分の行いを常にオープンなものにするのです。
あなたの行いが高潔で、他人を尊重したもので、公平で、目的に沿っていて、本物であれば、それを喜んで示せるのです。

「なにをすべきか、言うべきで、言わないべきか、どうやってこれをせざるにように見せるか」
と悩む必要もないのです。
これで無駄なエネルギーと時間を9割節約できます。
日本文化に多い不透明さを維持するための無駄です。

透明性をもちましょう。
隠す必要はないのです。

あなたがオープンで、本物の存在であればあるほど、より多くの時間、成果、自

由が手に入ります。

自然に、本当のあなたでいてください。

真に信頼してもらえるように努め、その信頼から大きなインパクトを生み出すのです。

4つ目。

間違いを正すことです。

過去の過ちを正してください。

従業員を不当解雇したなら、連絡して謝るのです。

成長を望んでいた授業員に機会を与えずに、そのせいで辞めてしまった人がいたなら、良い環境を与えるべきだったと伝えるのです。

不必要にどなりつけてしまったり、能力を抑えつけて、ストレスを与えてしまったマネージャーがいたら、その事を認めるのです。

人間であってください。

クライアントの問題に適切に対処しなかったり、向き合わなかったりして、後悔しているのなら、訪問して行動で示すのです。

もし離れていったクライアントがいるなら、もう一度連絡をとってお詫びし、信頼を失った原因がわからないことを伝えながら、彼らにもどってきてほしいと思っていることと、改善のために心から何かしたいと思っていることをわかってもらい、信じてもらうのです。

間違いを正すのです。

ビジネス上の取引で誤ったなら、それを正すのです。

不公平であったなら、それを正すのです。

もし誰かと交渉中であったのに、結局そのまま何もせず終わってしまったなら、それを正すのです。

そして今後は多くの間違いを重ねないでください。
なぜなら、それは不要だからです。
間違いを正すことは不必要に労力のいることです。

あなたが誠実で、高い倫理をもって事を為し、いつも心から相手の利益を一番に考えて行動し、オープンで透明性を保つよう心掛け、敬意を込めて、押し付けがましくなければ、間違いを正す必要もなくなるからです。

なぜなら、もし何らかの問題が発生した場合でも、その問題に協力して対処できるからです。

誰かが困っていたら、一緒に対処するのです。

間違いなく人々はあなたを尊敬し、理解してくれます。

クライアントの問題に、正しいことをすれば、彼らはさらに感動するでしょう。
ただしこれは私が思うに、日本文化からの大転換を必要とします。

もしあなたがその大転換をできれば、金銭的な意味だけでなく、精神や気持ちの面でも、とても大きなものを得ることになるでしょう。

そして日本の起業家の多くが味わったことのないレベルの満足感と充実感を得られるのです。

5つ目に、誠意を見せてください。
チームに対する誠意を見せるのです。

なぜなら彼らはあたなの生命線であり、あなたに誠意を示してくれているからです。

彼らは生活、希望、夢、運命、未来を、あなたに託してくれているのですから。

そのことに敬意を払うのです。

クライアントに対する誠意も示してください。

不公平に扱ってははいけません。

クライアントが問題や、要望を抱えている時は、それを無視してはだめです。

問題や、怒り、不満をそのままにしてはいけません。

支えてくれる販売業者に、誠意を示してください。

あなたを推薦し、紹介してくれる、コミュニティの有力者にも誠意を見せましょう。

全力で働き、気にしてくれる供給業者も同じです。

誠意を示せば、人々はあなたに代わって、2倍またはその倍の努力をしてくれます。

彼らの取り組みは数倍となり、より尊重してくれて、あなたのためにとてつもない成果を上げたいと、心から思ってくれるでしょう。

つまり自分からそのように動いてくれるのです。

大切なのは、すべての人に誠意をもって接するということです。

6つ目に、**成果を上げて**ください。

クライアントに対して、成果を上げてください。

約束した以上の成果を出すのです。

こういう言葉があります。

「今日の世界では、目立たない行いは、する機会も義務もない」

平凡や平均には意味がないのです。

期待を超える成果を出してください。

クライアントや見込み客に 成果を出すのです。

チームメンバーのためにも成果を出しましょう。

そうすれば、彼らが成長や成功、クライアントの満足を感じられるだけでなく、彼ら自身が成長して向上し、より多くの報酬を手にし、マネジメントやキャリア上の機会が増えるでしょう。

販売業者があなたを喜んで支援したり、便宜を図ってあげたくなるような成果を出してください。

コミュニティの人々が、あなたのことを推薦してくれるような成果を上げるのです。

最低限期待されることをはるかに凌ぐ、非凡な成果を出してください。

次は、日々向上することです。

あなたが行うすべてのことに、継続的な成長を約束し、組み込むのです。

アメリカではこう言われています。

「成長なき者は死あるのみ」停滞してはいけません。

成長とは、理解を深めることや、能力を向上させること、尊敬を増すこと、信頼を高めること、人間関係を深めること、周りの皆に対する感謝の気持ちを深めること、1日1冊、あるいは週に1冊本を読んで、知識基盤を成長させることも含まれます。

普通の人々は、年間4 - 5冊の本を読むのに対して、成果を上げている人々は、50 - 100冊を読みます。

さらに彼らはセミナーや講座を受講しています。
彼らには幾何学的な優位性があります。
ですから、あなたは成長しなければならないのです。

成長し続けなければならないのです。
自分のビジネスへの理解を深めるのです。

あなたが今後伸ばすべき3つの要素というものがあります。
そしてそれらは、互いに関連する要素です。

まず、**過去を見返す力**。
これは起きたことを見つめ、将来学べることを見出す能力です。

そして、**洞察力**。
これはまさに今何が起きていて、どのようなチャンスやリスクがあるか見抜く能力です。

最後は、**未来を見通す力**。
これは世界でいま何が起きており、テクノロジーに何が起きるのか、消費者の姿勢にどんな変化が起きているのか、直接や間接の競合に起きていることを見極めて、誰よりも多くの知識をもち、その理解度と利用でも、誰よりも先に行く能力です。