

Business Journey

モジュール 9 後半

株式会社 OUTSTANDING

期待内容の明確化と責任説明

次は非常に大切です。

期待内容の明確化です。

どういう意味でしょうか。

人が2人いれば、同じ話を聞いても、受け取る内容は異なるということです。

2人のひとがまったく同じ経験をしているということは有り得ません。

だから人々は自分独自の経験に基づいて、言葉や概念を解釈するのです。

2人の人の価値観が同じということはありません。

2人の人が同じ定義づけをすることはあり得ません。

あなたがリーダーまたは起業家として確実に見込み客、クライアント、チームメンバー、販売業者が、皆共通の気高い目的や崇高な到達点に対して、完全に専心しているようにしたければ、期待内容を明確化しなければなりません。

単に「売りましょう」と言うのではダメです。

なぜなら、その言葉はある人にとっては、5ドルの品を大勢にうることかもしれないし、別の人にとっては、起業相手に500ドルの品を売ることを意味するかもしれないからです。

何を伝えるにしる、あなたには**道義的責任**があります。

なぜなら、あなたが理解し、確認し、尊重すべきなのは、チーム、見込み客、購入者など、関わる人がそれぞれ毎日毎分違う現実を見ていることだからです。

オファーであれ、商品の特徴や長所であれ、チームに対するリーダーとしての指示

や指導であれ、話す側と聞く側、双方が共通理解していることを確認しましょう。

そして期待内容を明確化する最善の方法は、できるだけ明確な言葉で説明するのです。

その時は相手の立場に立つように努めましょう。

聞く側が見込み客、購入者、チームメンバー、販売業者の誰であってもです。

それから彼らの現実を理解することです。

そうすれば、聞き手が理解できる言葉で伝えられます。

聞き手が思い当たるような、直接間接のたとえや、例を使うと、効果抜群です。

しかし、その後すぐ、「よし、ではこれで決まり。解散。」と言ってしまっはけません。

落ち着いて、深呼吸して、もう一度確認です。

関係するすべての人に、あなたから今何を聞いたか、それがその人にとって、どういう意味を持つか、それを踏まえて、これからどうするか訊くのです。

そうすれば、誤解があっても解くことができるし、伝え方がどれだけ曖昧だったかの尺度にもなります。

私がこれまで何度も失敗したのは、考えや理解を部分的にしか説明しきれず、聴衆が私の話をしっかり理解できなかったケースです。

それで私は彼らに腹を立てたりします。

表現や伝達や明確化のための、わかりやすい方法を見つけることも必要かもしれません。

しかし、聞く側が話を理解したことを常に確かめていれば、あなたはいつも期待内容を明確化できているのです。

従業員は何をなぜしなければならないか、わかっていません。
ですから説明しましょう。

購入者は、なぜ競合ではなく、あなたの会社から買わなければならないか。
それがどれだけ重要か、わかっていません。
ですから説明しましょう。

販売業者はあなたの会社がなぜ支援して、便宜を図るのにふさわしいのか、わかっていません。
ですから説明しましょう。

期待内容の明確化には2つのことが必要です。

1つはうまく説明すること。

そして2つ目は 聞き手にあなたから聞いた内容を再度説明してもらって、そしてそれをよく聞くのです。

そうすれば、あなたが意図した内容を、聞き手がその通り受け止めたということ、あなたの話を踏まえて実行してほしいことを彼らが行なおうとしているということ、そしてあなたが期待する方法が彼らが目指すものと一致していると確認できます。

こうすれば、エネルギーも時間も浪費しません。
人材や見込み客を活用できないこともありません。

興味深い調査があります。

小規模の起業家の多くは、人材やチームが生み出せる成果や業績、収益や利益の20%、つまり、5分の1しか得ていないのです。

その理由は伝達力、リーダーシップが貧弱で、期待内容の明確化に失敗しているからです。

20%という数字は、また見込み客とのコミュニケーションにも当てはまります。

彼らはあなたの商品がなぜ良いか、理解していません。

あなたがなぜ勧めているのかわかっていません。

あなたから買うとなぜ得なのかわかっていません。

そしてそれをわかってもらえないと、おそらく最大限の成果を生み出せないのです。

ですから、人生のすべての面で、これを意識しましょう。

次の項目は、**説明責任**です。

これには多くの異なった要素があります。

あなたには あなた自身への説明責任があります。

あなたはリーダーです。

人々の尊敬の対象です。

もしあなたが必要な優先事項をすぐ処理せず、仕事を最後までやり通さなかったり、機会や問題に対処しなかったりしたら。

もしチームメンバーとの会議や業績評価、激励や昇給、昇進を先延ばししたら、成功は限られたものになるでしょう。

説明責任とは、約束したらそれを守ることです。

口に出したことを守るのです。

つまり自分と他人に誠実であることを意味します。

そしてあなたが、100%全幅の信頼を置ける人物で、言葉にしたことを実行して、誰にも軽蔑や中傷をしないとわかってもらうのです。

しかしもし自分自身やチームやクライアントに説明責任が果たせなかったら、それは問題です。すぐ解決しなければなりません。

チャンスがあるのなら、活用しましょう。

チームの誰かが問題を抱えているのなら、それを避けてはいけません。

誰かが賞賛や、報酬、昇進に値する働きをしたら、それに報います。あなたがその環境を作れるからです。

そして手本を示しましょう。

自分も他人に説明責任を果たしていなかったら、他の人にもそれを求める権利はないからです。

シンプルですが深い意味があります。

次は、**現実の直視**です。

幻想に捉われてはいけません。

非現実的であってははいけません。

もし商品に欠陥があったら認めて改善しましょう。

もし市場への対応に問題があり人々が不満なら、

認めて改善しましょう。

もしあなたが最高のリーダーになれていないなら、それを認め、向上する方法を

探しましょう。

もし社員にあなたの会社で働くことが最良の判断で、キャリアが将来有望で、全体目標の一部を担えると感じさせられていなかったら、改善しましょう。

あなたの会社がつぶれかけているのが現実なら、つぶれるまで放っておいてはいけません。

代わりになる事業や技術などを学び、なにか他のものを見つけるために行動しましょう。

あなたの商品が平凡で、競合の商品が優れていたら、そのことを認めましょう。

そして価値が低いわりに価値ある商品と位置付けるか、品質を上げるか、どちらかの対応をしましょう。

もし社員が常に辞めているなら、将来の見通しがないと感じさせているか、彼らをおとしめているか、十分な支払いをしていないか、給与面や精神・心理面で報いていないか、です。

無関心のふりさえしなければ、真実は常に明々白々です。

現実を認め、それを尊重すればするほど、力が増し、利益が上がり、チームの誰もが忠誠心を高め、より高い成果を発揮します。

事業全体を見回しましょう。

現実とは、追い求める市場、販売する商品と方法、発しているメッセージ、クライアントへの対応方法、未解決の問題、業務がうまくいかないあらゆる要素など、公にまたは自分自身にすべきあらゆる約束事です。

先延ばしできません。

ごまかすことはできません。

競争が激しく、動きが速い現実世界で、優柔不断は許されません。

成功を目指すなら、現実を認め、認識しましょう。

純粹で、単純です。現実に向かいましょう。

現実を操りましょう。

勝ちましょう。

敗者ではなく、勝者になりましょう。

1 1 番目は約束を守ることです。

1 2 時に会議をしようと言ったのに、1 時まで外でランチを食べてはいけません。

問題の件で、30 分以内に折り返し電話するとクライアントに言ったのに、電話しないままとか、翌日の電話ではいけません。

2 時間以内に、修理担当者を行かせると言ったのに、2 日後に行かせてはいけません。

従業員に対して、成果を検証し、評価を与え、できれば30 日以内に賃上げすると言ったのに、8 か月も放っておいてはいけません。

金曜日までに払うと販売業者に言ったのに、資金がなければ電話して一部のみ払うと伝えます。

資金があるならそれで払いましょう。

何をするにしても、約束を守りましょう。

これには **2つの側面**があります。

決定的に重要なことは、他の人に対して、約束を守らなければならないということ。

同じく重要なことは、自分自身に対して、約束を守らなければならないということ。

なぜなら、あなたが常に心でわかっているように、もし自分自身に対して不誠実だったら、自信が持てず、平凡になり下がってしまいます。

世界中のどこにも、もちろん日本にも、平凡なビジネスをする余地はありません。

気高さを体現しましょう。

その基礎となるのは、信頼、卓越、対外意識、コンサルティング、営業、基本的部分での競合をはるかに超える崇高な態度や、高尚な行動理念、倫理、理想、誠実、他者への尊敬です。

これが実現できたら、相当なアドバンテージです。

次の項目は、**傾聴**です。

聞く技術を身に付けている人は少ないものです。

管理職や起業家は特にすぐ話したがりです。

誰かが話し始めても、聞くのを本当に嫌がります。

話し手が息をつくチャンスをただ待っていて、話を取ってしまうのです。

スティーブン・コヴィーは、彼の息子の記載によると、「聞いてもらうには、まず聞くこと」と言いました。

人は認められなければなりません。

敬意を持たれていると感じなければならぬし、自分が必要な人材だと感じなければなりません。

私が若いころに得た教訓があります。

あなたが最初の目標として理解して、認識し、検討評価し、認めて尊重すべきことは、状況や人生をいかに多くの違った見方で各人が見ているか、です。
2人の人が同じ現実を共有することはありません。

あなたが起業家であるなら、チームメンバーはあなたと同じ戦いをしているわけではありません。
あなたは独立し、成功し、繁栄するために戦っています。

一方、チームメンバーは適切な場を探しています。

自分のキャリアを託せる場所、自分を最も重要視してくれる場所、最大の満足を与えてくれる場所、自分の価値を上げ続けてくれる場所、自分の成長、発展させてくれる場所、大きな目標の一部を担うと感じさせてくれる場所。

あなたがメンバーにそれを提供できなかつたら、彼らは去っていくでしょう。
メンバーの話に耳を傾けず、意見を反映させず、敬意を持たず、自分の考えを押し付けようとしたら、彼らは力を出せません。これは非常に重要なことです。

最後にとっても大事なことです、信頼してほしいなら、他者への信頼が必要です。

チームを信頼しましょう。
クライアントを信頼しましょう。
販売業者を信頼しましょう。
提携先を信頼しましょう。

私は日本の提携先が強い不信感を抱いていると知り、心を痛めたことがあります。

そういった人たちは他者を尊敬せず、協力せず、言ったことを実行せず、情報を共有しません。

それは本当に悲しく失望する光景です。

というのは、提携先や従業員や、クライアントをそのように扱くと、継続的関係を結べないからです。

人々はあなたのために最善を尽くそうとしません。

人々はあなたに忠誠心を抱きません。

販売業者も競合以上にあなたを助けはしません。

従業員もあなたのために、さらなる努力はしません。

人々は将来性が見いだせず、自分が本当に全体に関わっていると思えないと、そこに居つかないのです。

私が思うに、日本の文化には、起業家として成功するという概念を全体的に壊してしまう要素が多くあります。

しかしあなたは失敗すべきではないのです。

日本の多くの平凡な会社や起業家が有するような、間違った思考や、行動、信条にとらわれてはいけません。

あなたの仕事を素晴らしい領域で行うのです。

卓越したビジネスを運営し、構築するのです。

あなたの仕事は、あなたの人生に関わる全てのひとを幸福にするのです。

すべての人の状況を倍増させなければなりません。

クライアントが倍増できるのは、あなたの商品が利益や安全、安心をもたらすからです。

従業員が恩恵を受けるのは、あなたがより良い環境を作り、達成感やつながり、成長、発展、収入をもたらすからです。

販売業者が報われるのは、あなたの会社が発展すれば共に発展するからです。

あなたのコミュニティが恩恵を受けるのは、あなたが立派な人物であるからです。

そしてあなたの会社が競合よりもコミュニティに尽くし、気遣い、貢献していると 人々は知っているのです。

その段階まで来たら、成功はもう間違いありません。

このプログラムで話したことを全て守ってください。

アメリカに適切な表現があります。

「失敗は自分次第」です。

「失敗するならそれはあなたがへまをした時だけ」という意味です。

これまでに成功や秘訣を教えました。

リスク回避や投資の方法も教えました。

様々な知見も教えました。

市場マーケティング、販売、動機づけ、リード、提携、他者からの尊敬、他者への尊敬、卓越し先駆けて思考することを教えました。

さあ、あなた次第です。

講義をおえる前に、いくつか引用句を紹介します。

まず、もう亡くなった古い友人の言葉です。

「ビジネスにおいては、行動による成果のほうが、熟考による成果より常に大きい」

つまり、熟考するのは素晴らしいことですが、行動しなければ始まらない、ということなのです。

ただし、ただやみくもに行動してはいけません。

何を、なぜ、いつ、どのようにするか、うまくいかなければ、どうするか、よく考えます。

あなたには、思い通り、最高で豊かな人生、充実感と満足感があり、エキサイティングな人生、そして会社を作り上げる能力があります。

しかし、今までのモジュールで行ったレッスンや、原則や指示に従わないと、それは実現しないのです。

さあ、あなたの番です。

ここで得たもので、何をするかはあなた次第です。

しかし私が教えた内容を使わない手はありません。

将来にわかって成長し、何倍にも倍増していける、見事なスタートを切れるのですから。

そして世界中、あなたやあなたの家族が誇れる、素晴らしいものにできるのです。

経済的に満足できる成果を上げ、あなたはチームのために優れた環境を作り、非

常に尊敬される地位を業界内に築くでしょう。

これがあなたへの私からの望みです。

最後の引用句は、前にも言ったかもしれませんが、もう一度言いましょう。
2つあります。

1つはボブ・プラクターという非常に面白い男が言ったことばです。

「大半の、特にスタートアップの起業家は静かに戦う」

起業家たちは声を上げなくても、心の中で 否定的で、自己破壊的な疑問と闘っています。

その疑問とは、私は本当にこの目標に値するのか、本当に独立した会社を設立できるのか、生活していけるのか、というものです。

価値を加える製品やサービス、会社を作れるか、他人をリードし、導けるか、組織を作れるか、本当に成功して独立できるか。

あなたとあなたのビジネスに、いかに多くのことが可能である、そして私がこれまでに話したすばらしい事柄を日本で実際に活用している人の少なさがわかれば、問うべき質問は、この成功の目標に自分が値するかではありません。

この目標は自分に値するのか、と問うべきなのです。

なぜならあなたは、多くのことができるからです。

あなたのチームやチャンス、能力や理解力、努力、情熱、目標など、すべての可能性を使えばいいのです。

最後の最後に引用するのは、レオ・バーネットという有名な広告専門家の言葉です。

「目標を定めたら、つまりもし月や星を目指すなら1つ確かなことがある。泥だけ手にして終わることはない」

つまり、「できるところまでは進んで行ける」のです。

「目標には到達できないかもしれないけれど、出発地点にとどまることもない」ということです。

今までのモジュールが、起業家として起業し、成功するというあなたの希望を鼓舞し、明確にし、光を与え、強くしたことを望みます。

ビジネスを目的と過程、ポジショニング、提案の、すべてで真に成功させる術が理解できたでしょうか。

いわゆるビジネスのエコシステムの一員となる方法も、理解してもらえたことを望みます。

エコシステムには、販売者からチームメンバー、アドバイザー、コミュニティ、有力者、もちろん見込み客や購入者も含まれます。

成し遂げた成功を記した膨大な数の便りが、あなた方から届くことを楽しみにしています。

それが確実に経済的成功となっていることも望みます。

しかし、学んだとおり、精神的成功も大切です。

事業と目的、業務内容を、心が弾み、躍動し、生き生きとして、関係する人々のためにわくわくし、彼らの人生に影響を与えられるものにしましょう。

購入者だけでなく、チームメンバーも含めてです。

私はすべてを語りました。

企業が必要な人向けの見識と理解力を、他の誰よりも多く与えたとおもいます。

リスクや投資なしで実現できる、あらゆる様々な方法を示しました。

私が明確に教えたのは、

偉大な起業家になる方法、
偉大な戦略家になる方法、
偉大なマーケターになる方法、
偉大なリーダーになる方法、
偉大なチームメンバーになる方法、
偉大な雇い主になる方法、
コミュニティの偉大な市民になる方法、
すばらしい成功を収める方法、

です。

なにをするかはあなた次第です。

しかし行動するだけですぐに可能な、大きくすばらしい潜在的な可能性をあなた自身が体現しないなら、私はがっかりするでしょう。

ありがとうございました。