

2014年7月 会社の雰囲気を1W^{7分}明るくするコミュレポ

皆さん、こんにちは。私は、コミュニケーションについての気づきを毎月1回、振り返ることにしています。せっかくなので日頃お世話になっている皆さんにもシェアできればと思いこのようなレポートを記述することにしました。ご笑読頂ければ幸いです。

丹羽/佐之

専門用語は“共感”キーワード

先日、「Google Analytics を使いこなす」セミナーを受けました。ご存知のように「Google Analytics」は非常に高度な分析ツールで、私のような素人ではその100分の1も使いこなせないツールです。私を含めた素人の方向けに「Google Analytics」の入門セミナーを社内向けに行っていただきました。それは「セッションとは何か?」「直帰率と離脱率の違いは?」といった Google Analytics ではお馴染みの用語の定義をまず分かりやすい例を用いて解説してくれるところからでした。これらの用語解説は、巷にでている入門本にも書かれています。私も数冊買いましたが、それを読んでもよく分からないレベルだったので、今回、かみ砕いた解説を聞くことができ、よく理解できた次第です。

その結果、本に書いてある内容も以前より10倍、理解できるようになりました。その時に気が付きましたが、私は**順番が逆**でした。「入門セミナーで定義から知り、実際に使ってみながら、解説書でさらに使いこなす」という流れが最も効果的です。そうすると、解説書の効果も高くなり、さらに使いこなすための「Google Analytics」コンサル・サービスも受けてみようと思えてきます。そう思うと、私が今まで人生で損してきたことを思い出します。例えばカメラ。最近、流行のミラーレスを購入し、さあいい写真を撮るぞと息巻いたものの「ホワイトバランス、露出…」といった用語がでてきて、私のようなメカ音痴にとっては、意気消沈もいいところです。私を含め、みな“関心”や“興味”を抱くことができても、敷居の高いものがあります。しかしこれは「素人だって楽しめる専門分野」と考えれば様々な業界にも応用可能だと気が付きました。例えば歯科医院、「歯周病、歯周ポケット、歯槽膿漏、メンテナンス、被せや詰めもの」歯科医院に勤めている人達にとっては常識ですが、素人の患者さんは、大半がよく分かっていないでしょう。聞いたときは「かぶせモノは銀より金がいいのか〜」と思ってみたものの、基本的に被せモノの意味や目的が分かっている患者さん向けとそうでない患者さんでは、医院側が、丁寧な同じ説明を試みても10倍以上、患者さんの理解度やモチベーションは違います。とは言っても、このような基礎用語から医院が1つ1つ患者さんに教えていたら、時間が膨大に必要です。では、「**基礎用語を理解する**」**取組み**はどうしたらいいか?

それは、基礎用語の解説などをドクターにさせずに、アシスタントにしてください。または小冊子やWEBに記述し、患者さんがそれら媒体を読みたくるところまでをアシスタントの方が働きかけることを行います。(小冊子やWEBを作って「読んでおいてください」だけでは効果薄いです)昨今では、動画なども安価に制作できるので、活用度大です。このような土壌ができると、ドクターは「診断、治療、最小限な必要な説明」に専念できます。患者さんは、先生の話が理解しやすくなるため、治療の話題に**深い関心**とさらには、“共感”をもって臨むでしょう。なぜ被せモノに保険と自費があるのか、その違いが理解できた患者さんは“共感”をもって医院の話聞くので、前向き、協力的になるのは想像に難くありません。