

会社の雰囲気^{7/21}を1W 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/佐々

うだる暑さにアイデアまで枯渇したら？

あなたは、「エレベータピッチ」という言葉を聞いたことはありますか？

それは、エレベータという身動きのできない環境の中で、自社の見込み客であるキーマンにアポイントを取り付けることです。時間は1分程度、この短い時間で「今度、ゆっくり話を聞かせてください」という返事を引き出せれば、セールスマンとして最強の武器になり得ます。ゆえにこのトークは、究極に洗練される必要があります。

そして、このトークには「スティーブ・ジョブズ驚異のプレゼン」（日経BP社）によると次の4部構成が必要だと書いてあります。「①（何をやるか？）、②（どの問題を解決しようとしているか？）、③（他とはどう違うのか？）、④（なぜ気にかける必要があるのか？）」です。

4つの具体的な視点が示されているにも関わらず、いざ考えてみるとこれが非常に難しいことが分かりました。なぜなら、私もチャレンジしているのですが、ここでご紹介できるほどの洗練トークにはほど遠いからです。ちなみに私が、「なるほど」と唸ったトークを本の中からご紹介します。これは、カリフォルニア州のランゲージライン社の例です。

「①（**すること**）当社は、英語が話せない顧客と接点を持ちたいと望む企業のために電話通訳サービスを提供する世界最大のプロバイダーです。②（**問題**）米国には平均して23秒に1人、英語を話せない人が入国します。③（**違い**）その人が、病院や銀行、保険会社、救急などに電話をしたとき、当社の通訳が対応するわけです。（**気にかける必要**）当社を使っただけならば、150カ国で顧客や患者、見込み客と話をすることができます。」

移民の多いアメリカ。もし私が、アメリカでビジネスをしていたらこのサービスをもっと詳しく聞いてみたいと思うでしょう。おそらくここまで仕上げするには何度も修正してきたことでしょう。

聞けばシンプル。しかしそれを生み出す苦労は、複雑極まりません。それは、実際に自分がトークを作り出す側になってみて気付くことなのかもしれません。そしてもうひとつ、この作業を行うことで、気づいたことがあります。それは、この作業が**自社のコアを見つける旅**でもある、ということです。

「書いては、消し」という繰り返し作業は、実は自社のコア（核）を再確認、再発見していることにつながるなと気づいたのです。芸術家のレオナルド・ダビンチが「洗練を突き詰めると完結になる」と言葉を残していますが、その過程を経た人だけが、高みに行けることを実感します。起業、開業時にどんなにビジョンを描き、熱い思いを胸に抱いていても日頃、仕事をしていると“作業”になりがちです。新規プロジェクトの会議に頭をひねってみても、このうだる暑さも手伝って目の前のことに捉われ、自社にふさわしいアイデアが浮かばないこともあるでしょう。そんな時は、涼しいクーラーのきいた静かな環境でエレベータピッチ作りにチャレンジして、自社のコアを再確認、再発見してみたいかがでしょうか？