

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

本当に大切なのはお客さまである

1. 【事例】「新しいこと」が苦手なお客さま

- ・ 給与社保アウトソーシングの主担当として3年近い関係性となるお客さま
- ・ 今までのやり方を変えるのはNG... 「人手不足」、「時間がない」、「資金がない」、「よくわからない」などの回答
- ・ こちらの提案を一蹴されることに憤っていたが、振り返ってみると、お客さまが本当は何が「わからない」のか、私も「わからない」まま話を進めていた

2. 上記事例を受けて感じたこと

- ・ 断られると踏み込むのに躊躇してしまう
...自分のせいで先方を怒らせてしまったら？顧問契約がなくなったら？
- ・ 「先輩担当者でも無理だったのだからきっとできないだろう」、「別部署との兼ね合いがあるのだろう」などのできない理由探し
- ・ 本当に大事なものは「お客さま」なのか、それとも自分の仕事なのか（自分の仕事はなくなる、現状維持が楽であるという気持ち）
- ・ BPSにおいて案件のバーレイズ（顧問契約を続けるか否か）という話題が出た時、初めて「関係性がなくなるのは惜しい」と思えた

3. お客さまに話を聞いてもらうため、取り組んでみたこと

- ・ クラウドシステム導入は決まったものの、業務改善が必須なため、顧問契約における作業範囲や利用ツールの大幅な変更を提案（システム導入がゴールではない）
- ・ お客さまの「わからない」=「不安」であり、こちらが不安そうにしていると話を聞いてもらえない、本気でなければお客さまに伝わらない、と感じた
- ・ 説明すべきこと、受けそうな質問に対する回答をリーダーと共に事前検討。打ち合わせでは「私も当事者として一緒に頑張る」姿勢を繰り返しあらわすように意識
- ・ 結果、身構えていた程の拒否反応はなく、未来の話ができた

4. 今後に向けて

- ・ お客さまの真意を想像する（不安要素をなくすための材料を用意する）
- ・ 自分の本気度を伝える言葉を選ぶ。不安は学びや事前準備で軽減できる
- ・ 「どうしてこの提案をしているのか」を話せるようになる⇨自分で理解する、腑に落ちることが重要