

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

営業活動を通じた気づき

1.A 社の提案において

提案内容は経営者にとって大きな金額ではなく、また他社比較をされない早い意思決定スタイルの経営者だったこともあり、その日のうちに契約サインをいただく。結果として契約まではスムーズだったものの、期待値やゴール状態を明確にすり合わせないままプロジェクトがスタートしたため、社長がどこまでのアウトプットを期待しているのか不明確なまま進行。

2. 金融機関の方との連携について

紹介先の経営者とは良好な信頼関係を構築できている実感がある一方で、紹介元である金融機関本部との関係構築には苦戦。MC とは異なる価値観や文化の基準で関わられることに戸惑いもあり、色々な方に相談しながらなんとかプロジェクトを終了。

3. 県内での支援について

金融機関の担当者の方との継続的な連絡からの提案や、県庁へのアプローチなどを通じ、地域活性化に向けた取り組みを一步ずつ進める。すぐに成果につながるものではないが、小さな行動を積み重ねること、失敗を恐れず自分ができることを考えて実行している段階。

4. 経験を通して

・ 提案時の責任

提案をする立場として、契約をゴールとするのではなく、プロジェクト期間を見据えてゴールや期待を明確に合意形成しておくことの重要性を実感。提案時の合意形成がプロジェクトの質を大きく左右するため、プロジェクトをいっしょにするメンバーのためにも、提案段階でしっかり期待を握ることが不可欠。

・ 自分で仕事をつくる

これまで先輩方が獲得した案件を通じて多くの経験を積ませていただく。紹介元の金融機関やお客さまが良好な方々ばかりだったのも、MC の方々が築いてくださった信頼関係の土台があったからこそだと実感。

一方で、自らフロントに立って連携先との関係構築や仕事の創出に挑戦する中で、価値観や文化の異なる相手との関係づくりに苦戦し、ゼロから形にしていくには多くの時間を要することを痛感。

だからこそ、この領域でより成果を出せるよう挑戦を続けていくことが、今の自分の成長フェーズ。