

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

「説明」から「価値」への転換、強みの言語化

1. 営業活動時の反省

- ・営業活動時、ご支援内容やサービスの説明に終始してしまい、お客さまから「みらいさんと他社さんの違いって何ですか？」や「他社さんと比較させてもらいますね」と言われ、言葉に詰まってしまった。
- ・サービスの「内容」は話せても、「価値」や「他社との違い」を自分の言葉で語るができていなかった。

2. 競合他社リストの比較研究

- ・東京労務メンバーで「他社比較研究」の取り組みを開始
- ①サービス内容を一読する ②対象会社の強み ③その他所感
- ・単なる他社事例の収集ではなく、MC との違い・共通点に着目
- ・研究時に意識していること：
 - 「MC だったらこう対応する」「MC との違いは？」
 - つねに MC との差異を意識

3. 強みの言語化

- ・比較研究を通じて、他社の労務調査サービスとの差異や MC 労務の強みを明確に自身の言葉で説明するよう意識するようになった。
- ・強みとともに、自分自身の想いや考えもいっしょに伝えられるようになった。
 - 単に法令違反の有無を白黒つけるものではないこと
 - MC の労務支援は、一過性のご支援ではなく、その先の改善を見据え、会社が本当に目指す姿を実現するための改善パートナーでありたいということ

4. 学び、今後意識したいこと

- ・MC の価値を理解し、自分の言葉で伝えることで、自身がどんな価値提供をしているのかを改めて認識し、仕事への自信や誇りを持てるようになった。
- ・変わりゆく時代のなかで、今現時点で言語化した「強み」は「強み」でなくなっていく可能性もある。引き続き「強み」= 価値の言語化に努めたいと思う。