

# 私たちの道

## —— MC WAY を感じる ——

### お客さまの心理を考える

#### 1. お客さまの状況

- ・今年8月より人事制度構築PJが始まったお客さま。オーナー社長の建設業で社長の意向が強い。従業員の給料も社長の一言で決めているくらいである。また技術系役員の意向も強い。
- ・現状分析の役員報告に訪問した際には、社長が話されて他の役員はなかなか言葉が出てこなかった。特に管理系の役員は言いたいことがあったが、社長の言葉にかき消されてしまった。
- ・現状分析の後の打ち合わせでも、役員同士で遠慮し合っている姿が見えた。

#### 2. 考えたこと

- ・お客さまは近い将来の上場を目指しており、管理系役員はIPO室長も担っている。報告の前にインタビューを行った時、管理系役員からは、上場を見据え、ステークホルダーへの説明も考慮して「具体的にこう変えたい」との考えを伺っていた。
- ・一見、社長や技術系役員の考えに沿っていけば、プロジェクトがスムーズに進むように見える。しかし、お客さまが制度を通じて何を解決したいのかを考えた時に、スムーズさのみを考慮するよりもお客さまが何を望んでいるのか？を知ること、重視することが大事なのではと考えた。
- ・MC-WAY2019には「お客さまの心理を考えて伝える。」「お客さまが望んでいること・聞きたいこと・必要なことを知ることが大切」とあり、PJを進める上での気づきとなった。

#### 3. 現在までの対応

- ・現状分析訪問の後に管理系役員と直接コンタクト。ご意向やPJの進め方、社長や技術系役員とのコミュニケーションの取り方をどうしたいかを伺った。
- ・PJの最初の段階では、打ち合わせの場で、MCが役員との会話の間に入ったり、管理系役員が検討したいと思っている事項を資料にまとめ、検討して頂いた。結果として、会社として検討事項がNGになることもあるが、役員間のコミュニケーションに繋がった。
- ・現在、第2フェーズの中盤になってきたが、MCとお客さま、役員間のコミュニケーションが円滑になった。
- ・今後もお客さま（社長、技術系役員、管理系役員、あるいは従業員）の「心理」を考えていきたい。