

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

お客様の関心に関心を持つ～専門性と総合力のシーソーゲーム

相手が増え変化していく中で、変わっていく「必要性」

専門性：個別経営課題解決のための専門知識

総合力：お客様への関心（上記以外の経営課題、業界知識、ビジネスモデルの理解、EQ..）

①個別案件実施時：個別課題への対応（専門性第1段階）

お客様は個別課題を抱えており、それに専門知識を持って解決。個別課題もいくつかの種類や範囲があり、それらに対して対応できるようになる専門知識のインプットが必要。駆け出しの頃は、お客様の担当者の方がベテランだったりするので、専門知識は常に最新にインプットし、スピードと熱意、他社事例を多く集める事、話せるようにする事に集中（T字の縦の部分強化）

②営業活動への参加時：個別課題＋アルファへの対応（専門性第1段階＋総合力第1段階）

課題：専門性だけではお客様のニーズに応えられる範囲が狭い

決められたパターンの営業活動の場合もあるが、基本的にはお客様の課題とニーズをお聞きした上で、MCとしての提案を実施する。その際に、当然自分が主たる業務として携わっていない範囲も入ることが多く、その部分に対してのこちら側の「姿勢」が重要。お客様のニーズに応えるためには、専門以外の知識（業界知識も含めて）が必要（T字の横の部分強化）

③担当役員・管理職とのやりとり：深掘された個別課題への対応（専門性第2段階＋総合力第1段階）

課題：個別課題が経営全体にどのように影響を及ぼしていくかという観点不足

プロジェクトマネージャーになってくると、お客様の役員や管理職層との会話も多くなる。その際に、「一般的な」専門性と総合力では、お客様は相談相手としてみなしてくれない。個別の経営課題が、経営全体においてどのような影響があるか、という話ができるようになること。

④経営者・外部パートナーとの対応：広範な経営課題への対応（専門性第2段階＋総合力青天井）

課題：経営者であればあるほど見ている景色が違う（視座）。専門性より総合力

専門性よりも、ビジネス全般の知識と知恵。教科書的な答えではなく、「自分の考え（なぜそう思うのか？の答えも含めて）」などが求められており、かつそれは評論家的なことではなく、実際に実行することが前提というもの。さらに総合力を磨いていく必要を痛感。この総合力は青天井（専門性は他の人の力を借りる）