私たちの道

MCWAYを感じる

お客さまからの引合訪問で心がけて
いること

1. 以前の自分

- ・金融機関さまよりある程度具体的な支援テーマをもって引合
ex. 経営改善、再編、承継、人事制度、研修、規程改訂 etc.
- ・当該テーマのパンフレットを持参し説明、課題の解像度を上げるためのインタビュー
→機能的価値の伝達が主体

2. 今の自分

- ①当該テーマに予断を持たず、まずお客さまの現状やありたい姿をインタビュー
→テーマの背景を探る、真のニーズは別のところにある可能性も
- ②お客さまに「信頼」してもらおう→(機能的価値に加え)情緒的価値も伝える
 - ・徹底的に傾聴、共感、興味をもつことを意識
 - ・MC や自分の想い・姿勢も話す
 - ・ちょっとした表情、言葉、態度を見逃さず本心を知る
 - ・焦らない...無理に受注に走らない、次また来ればいい
→コンサルティングは無形のものであり、お客さまは結局のところ相手を「信頼」できるかどうかで選んでいる。
特に中小企業オーナー経営者はその傾向が強い
- ③お客さまを選ぶ
 - ・信頼できるお客さまか、支援したいお客さまか、お客さまの夢と一緒に実現したいと思えるか見極める
→生涯お客さまにしたいか?(そうでない場合はスポットでしっかり支援)
→機能的価値のみで選ぶ経営者はMC に向かないのでは?