

私たちの道

MCWAYを感じる

引き合いにおける MC の価値提供

1. お客様から引き合いをいただく背景

- ・ 担当部署:人事、総務、管理(いわゆる労務系のバックオフィス)
- ・ お困りごと:BPO 先の品質が低い、担当が退職した、内製化していきたい など
→足元で課題を感じた時に、機能軸でお声掛けをいただく
- ・ 打ち合わせに同席される方:経営層ではなく、部長、課長、場合によっては担当者

2. 引き合いで意識すること

1. お客様の困りごとに対して「なぜ?」
 - (ア) お客様の感じる問題をそのまま取り扱う → モグラたたきになる可能性
 - (イ) 潜在している問題を取り上げること、気づいてもらうことが重要
 - (ウ) 先方と一緒に考えるための「なぜ」を投げ掛けることを意識している
2. 支援の結果として「どうありたいのか?」
 - (ア) 人事部のみではなく、「会社(間接部門)」としての方向性を確認する
 - (イ) 足元の課題解消は大事ではあるが、大局観での問いかけをする
(例)デジタル化して効率化を進めていきたい
→効率化して削減できた時間/リソースをどこに投下したいのか?
→結果的に何をしたいのか?

3. お客様の反応と気づき

- ・ 「そういう視点で考えるのは参考になりました」「全社目線で考えてくれるのですね」
- ・ 一方、多くの場合は回答が明確ではないため、先方に持ち帰ってもらうことも...
- ・ 一緒に大局観を描いた上で、足元の支援に入ることによって長い付き合いになる
- ・ 失注になることもあるが、引き合い段階で MC の考え方を示すこと、お客様自身に何か気づきを得てもらうことも重要
→お客様/パートナーすべてが巡り巡ってどこかで繋がっていく
→ MC のブランディングとしても、引き合いを大切な機会としたい