

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

“安心感”を生み出すための心構え

1. 類似する 2 件の営業活動体験

- ・多数の関係会社をもつ IPO 準備会社より、グループ全体に対する労務支援（調査フェーズから）のご相談
- ・グループ拡大の背景
 - A 社：積極的な M&A 方針を掲げ、グループとしての事業規模拡大 × グループシナジーを推進
 - B 社：地域経済の核となる企業に次々と出資し、経営権を得ることで深い成長支援を実施
- ・2 件に共通する MC への期待
 - 「進め方や調査対象会社の選定について、雲を掴むような感覚であり、それらを含めて相談したい」
 - 「なかには、“親会社の方針に巻き込まれた”と感じる子会社もあるため、慎重・丁寧に対応していきたい」
 - 中立性・品質を担保しつつ、親子相互の事情を汲んだ、しなやかなコミュニケーションが必要

2. A 社への営業活動（失注）

反省点

- ・期待ギャップを過度に恐れ、また潜在意識に「期待に応えきれんのだろうか」という自信のなさがあった
- ・どこか一般論・形式的な説明に傾倒してしまい、お客さまの不安の根源（暗中模索）にアプローチできていなかった
- ・「全力を尽くします」「一緒に考えていきましょう」と口では伝えたものの、言葉に重みがなかった

3. B 社への営業活動（受注）

改善点

- ・ご相談に至った背景・お客さまの理念をとことん調べ上げ、「共感した状態」で面談に臨んだ
- ・時を経て「自分達ならやり切れる」という自信を持てた →言葉に感情が乗り、安心感を与えられた
- ・進め方について具体的なイメージ・選択肢を提示し、お客さまの解像度を高めることに注力した

4. 気づき

- ・「機能」「品質」は重要だがあくまで必要条件であり、“安心感の創出”にこそ価値がある
 - 自分自身に迷いや不安があると、いくら表面を取り繕ってもどこかに綻びが出てしまい、安心は生まれない
- ・言葉に重みと勢いをもたせるためには、まず自分自身のエンジンをかける（かけ方を知る）必要がある
- ・同時に、冷静な頭（できる・できないを正確に伝えること / 各選択肢のリスクを伝えること）も大切