

はじめてのBtoBマーケティング

第83回

前例がない事を 短期間で成功させる

この連載ではBtoB分野のマーケティングを「目からウロコが落ちたように」くっきりスッキリと理解していただき、今すぐ使える手法と発想をお届けします。

共に時間を共有しトレーニングを積んだチームと、個々の能力は適切だが今日初めて編成されたチーム。この二つのチームが競ったら、どちらが勝つと思うでしょうか。プロと初心者というような圧倒的な個人技能の違いが無ければ、前者のトレーニングを積んだチームが勝つはずです。

しかし、今、多くの企業が求めているのは「出会ったばかりの人たちで、前例がないことにチャレンジして、成功するチーム」です。リモートでは、顔を合わせ同じ場所、同じ経験を通じて、互いの共感を高めることも難しい。業界を超えた協業であれば、常識といった文化も、専門用語といった言語も異なり、仕事に求める基準も違います。だから、相手の能力を判定し、役割を決めることも容易ではない。そもそもチームを率いるリーダーにとっても未知のチャレンジだから、前例・経験も無い。こんな状況で、未知への挑戦を成功させる。

今回のテーマは、「未知にチャレンジして成功するチーム、そのリーダーとは」です。

●3つのキーワード

人類の歴史を紐解くと、「言語・文化・宗教・人種・ジェンダー・常識・専門性が全く異なる人たちが、チームとなって」、前例の無い未知の挑戦を数々成功させてきました。これらの成功に導いたリーダーには、3つの要因があります。

「① 論理の伝え方」

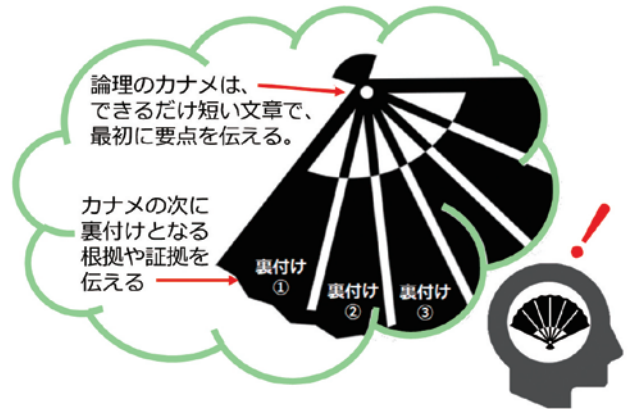
「② 真剣で誠実」

「③ 共感」

逆に、共通しない点として、学歴・年齢・性別・経験の有無などがあります。若く未熟でも、3つのキーワードを実践することでリーダと成り得る、かもしれません。

●論理の「伝え方」

論理の質が悪いとか、筋が通っていないプロジェクトは論外。筋の通った論理は、正しい伝え方をすることが大切です。その方法は、とても簡単。「できるだけ短い文章で、最初に要点を伝える」「要点の裏付けとなる根拠や証拠を伝える」ことだけです。



●真剣で誠実

端的に言うと、本心を大切にすることです。私たちは、相手の真剣さや誠実さに敏感です。立場上の理由とか、組織的な事情などで、不承不承ということもあり得るかもしれませんが、でも、もしリーダーになった時には、本心に従うことを大切にしてみてください。言葉の端々でぶつかることがあったとしても、結果的に有能なチームメイトたちはリーダーと共に取り組んでくれるはずですよ。

●能力に対して共感する

好きとか嫌いという感情は、赤ちゃんの時から感じている根源的な感情。リーダーといえども、チームメイトの誰かを「嫌い」と思うこともあるでしょう。その時に、「嫌い」という感情を「悪いもの」だと押さえつけないことです。苦手、嫌い、不愉快、といった「悪（と思いがちな）感情」を、成功への武器に転換することが大事です。一つの方法として、「好き嫌いより、能力の有る無しが重要」と考えて、相手の能力を正しく観察することが大切です。

人間性に共感できなくても「相手の能力を分析し、能力に対して謙虚になる」努力をしてみましょう。成功に必要な能力であれば、リーダーにとっては財産です。

●あなた自身の共感も得る

では、あなた自身は、チームメンバーから共感されるのか、という疑問があります。リーダーはメンバー

の能力に共感する、ならば、あなたにはリーダーとしての能力があるのか?と、考えてしまうと、大きな矛盾に突き当たります。なぜならば、未知に取り組むリーダーには、経験も前例もなく、能力を証明することが困難だからです。

リーダーはメンバーから信頼されることで、共感を得ることが最重要です。

筋の通った論理を端的に伝えられる事は、信頼の第一条件です。つぎに、真剣で誠実、本心から取り組んでいることも、信頼を得るために不可欠。そして、嫌いな相手（嫌っていることは相手に伝わりやすい）に対しても、能力に共感し価値を認めることは、「リーダーの謙虚さ」として相手に伝わります。チームリーダーとしての謙虚さは、人柄ではなく、相手の能力を正しく評価し、優れた能力を認める知性です。この謙虚さもまた、信頼の礎です。

●多様性が大切な理由

ジェンダーや多様性を受け入れることが大切な時代です。その理由は、リーダーには能力に対する謙虚さが大切、という事も一つの理由です。常識や文化、育ちに支配された価値観に支配されて「未知を切り開く

可能性を潰す」ようではリーダー失格ですね。

同時に、私はリーダーの器では無いとか、リーダーという重い仕事はしたくない、と思いつつも誤りです。リーダーは、チームメンバーに選ばれ認められてこそ。もし、あなたご自身が、リーダーになる機会があったときには、3つのキーワードで取り組んでみてください。



著者 ● 中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役
NHNホールディングス株式会社 代表取締役
BtoBマーケティングを専門にしており、昨年開催したセミナーの受講者は700名以上。受講者の96%が満足し、企業規模にかかわらず活用できる内容と高く評価されている。一般社団法人組織内コミュニケーション協会を創設し代表理事を務め、産学連携で躍進企業の社内マーケティングを研究してきた。著書「誤努力」が、流通科学大学、神戸芸術工科大学のテキストとして採用された。
相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp

水だけで尿石を除去

ウルトラ
ファイン
バブル

尿石除去ポンプ

目に見えない微細な泡「ウルトラファインバブル」の力によって
薬剤を使わない“水だけ”の尿石除去を実現します。



ウルトラファインバブル尿石除去ポンプ設置前



ウルトラファインバブル尿石除去ポンプ設置 4 週間後

設置 4 週間
この効果!

泡の力で尿石が
除去される様子は
こちらから ▶



流し水自体が尿石除去効果を持つ水になるため、使えば使うほどトイレがきれいになります。

導入メリット

コストの削減

定期清掃の効率化/配管詰まりによる緊急工事の減少等、長期スパンでのコスト削減が可能です。

環境負荷の軽減

水だけで尿石除去が可能のため、薬剤を使用しない清掃を実現できます。

ヒトへの負担軽減

尿石除去に関連する労働負荷の軽減のほか、ニオイや感染症対策にも効果があります。

ウルトラファインバブルポンプの活用は、SDGs (持続可能な開発目標) の実現にも貢献します。



販売 株式会社マインドシェア

〒108-0073 東京都港区三田 3-2-8 Net2 三田ビル 6F

お問い合わせ

資料請求

は右記の企業まで。

「尿石除去の広告を見た」と、お伝えください。

03-6823-6211

https://ufb-m.com/

製品企画 NHNホールディングス株式会社

〒178-0063 東京都練馬区東大泉 7-15-27-307

03-5933-2781 ufb@nhn.co.jp