

仕事と論語と蕎麦打ちが大好きな月本康寅がお届けする

たんぽぽ通信

◆集客・営業・広告・販促・マーケに役立つビジネスコラム 2018年5月3週号

■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

■『なぜとなにが』

(部下)「すみません！できませんでした・・・。(泣)」

(上司)「なに！！なぜ出来なかったんだ?? (怒)」

(部下)「それはですねえ・・・あの・・・。えーと、クライアントの状況が・・・(汗)」

上司は「なぜ?」「なぜ?」と聞きます。すると部下はその答を探すのですが、「なぜ?」と問われると自分が責められているように感じ、「言い訳」を探すことが多くなります。また、自分を防御しよう、守ろうとする意識が強くなります・・・これは幼児体験に起因しているという説があります。

私たちが子どものころ、親に怒られる時に「なぜ、片づけができないの?」「なぜ、そんなに汚すの?」

「なぜ、お母さんのいうことが分からないの?」と言われたことが多い。

そして、この時の「なぜ」という言葉と、相手から責められている感じが無意識に残っているからだ。

ではこんな時、相手を萎縮させずに、次の第一歩を踏み出しやすくするためにはどうすれば良いのか? それは「なぜ」ではなく「何が」を使うこと。

例えば次のように言い換えるのです。

「何が君のノルマの達成を妨げたのだろうか?」

「何が原因でこんな事態になったのだろうか?」

「何が納期を遅らせたのだろうか?」



「何が」を使うと今の結果を生み出した要因に意識が向き、客観的に根本原因を見つめることができようになります。これはコーチングのスキルなのですが、簡単に使えるスキルなのであなたも「なぜ」と言いそうになったら、「何が」と言い換えてみてください。

きっと、今までとは違う反応が相手から返ってくるはずです。

●本記事は契約のうえ、ビジネス心理学講師・酒井とし夫さんが寄稿しています。



私の
約束

リフォームの提案は、お任せください!
知識と智恵と豊富な経験で、必ずあなたの悩みを
ズバリ 解決します。

月本建設(株)代表取締役 月本康寅
電話/086-275-0676
FAX/086-275-5267
メール tsukimoto-cop@wind.ocn.ne.jp

ホームページ

月本建設

検索

4つの資格のプロ
だから安心です!

1級建築士
1級建築施工管理技士
1級土木施工管理技士
宅地建物取引士

「頼んで良かった」(^v^)と言われる会社です!