

新規先のことをもっと知るために

経営者には こんな声かけを してみよう



ここでは、新規先のことを知るために役立つ声かけを挙げ、それぞれの効果を踏まえたくうで、上手な質問の仕方、確認できる情報等を解説していく。

どんなきっかけで
創業されたの
ですか

声かけ ①



こんなトークを展開しよう

担当者「社長はどんなきっかけで御社を立ち上げたのですか」
経営者「子どもが生まれたことを機に、子育て世帯を支援する事業をしたくてね」
担当者「業界内にはライバル会社も多い中で、思い切った決断だったのではないのでしょうか」
経営者「そうだね。でも、子ども向け弁当の宅配なんてなかったから、人気は出ると思っていたよ」
担当者「誰もやってこなかったサービスを提供には大きな価値がありますね。今後の方向性はどのようにお考えですか」

新規先の経営者からヒアリングを行ううえで、まず質問したいのが創業のきっかけである。当然に出る質問であることから、経営者にも抵抗感なく話してもらえはらずだ。その後の会話をスムーズに運ぶ効果も期待できる。

共感できるポイントを探す
その際、担当者が留意すべき点は、経営者の話を単に「創業ヒストリー」として受け止めるのではなく、経営者のポリシーやこだわりを拾い上げて、共感できるものを考えることである。例えば「これまで提供されてこなかったサービスを消費者目線で実現したい」などがこれにあたるだろう。

賛同するようなコメントができると、経営者との心理的な距離感も近くなってくる。そして、「事業採算の面ではどうなのか」「今後の展開をどう考えているのか」といった質問につなげていく。

今後の会話においても、折に触れて創業ポリシーについて触れていくとよいだろう。

御社の経営理念について 教えていただけませんか

声かけ ②



こんなトークを展開しよう



経

営理念については、創業のきっかけや社名の由来に関する質問から話してもらえることがあるかもしれないが、経営者の考え方をヒアリングできる大切なキーワードとなるので、ぜひじっくりと話を聞いていきたい。
ヒアリングの際には「御社の経営理念は何ですか」という質問から始まるが、一つ注意が必要だ。経営理念は企業のホームページ等に掲載されていることも少なくない。よって、勉強不足と受け止められないためにも、事前にサイト

をチェックしておく必要がある。

具体的な経営課題の話にも

そのうえで、例えば「お客様に健康なライフスタイルを提案する」という経営理念であれば、「具体的にどのような点に力を注いでいるのか」「商品開発・営業体制・外部連携のいずれに優先順位が置かれているのか」などについて質問してみよう。このやりとりによって、抽象的な理念の話ではなく、訪問先の具体的な経営課題に迫ることが可能になってくる

はずだ。

また、高齢の経営者との会話においては、経営者がやや経営哲学的なコメントに終始してしまったり、以前の苦労話に戻ってしまったりして、なかなか前記のような金融機関として聞きたい話へ進まないこともあるかもしれない。

そのようなときは、焦らずに「傾聴」に徹しよう。経営者の満足感につながるからだ。具体的な経営課題は、後日改めてヒアリングしていくことになってよいと考えよう。

御社の経営理念は「健康食品の未来を切り拓く」でしたよね

この理念が体现されるのはやはり商品製造の場面でしょうか

具体的にどんな商品があるのですか