

Five psychological tips to help with team building

チームづくりに役立つ！ 5つの心理学的コミュニケーション術

営業活動や顧客との関係性向上にも使える！



ビジネス現場で今、マーケティング心理学とか、行動心理学、認知バイアスといった心理学の効果を取り入れようとする動きが活発だ。そこで、自発性を引き出すコーチングにおいて数々の実績のある鳥澤謙一郎氏に、チームづくりや営業活動のコンサルティングで実際に活用しているという5つの心理学的コミュニケーション術を紹介していただいた。

今まさに現場で役立っている 心理学

ザイアンス効果 接触回数が増えると、好感度も高まる！



現在、あるサービス業のコーチングに関わっているのですが、現場を知ることが大切なので店舗へ頻繁に出向きます。同じ会社でも場所が変われば違うんですね。リーダーのあり方というか振る舞いが末端のスタッフにまで影響を及ぼしています。まさにいろんな現場を見て、話し合い、コーチングして、コミュニケーションに役立つなど体感した心理学的効果を紹介いたします。

きたらまず「そうだよね」と目を見て受け止めます。このアイコントラクトには3つの効果があります。

- ・信頼感の構築▼相手に対して関心と誠実さを抱かせます。
- ・注視▼上の空ではなく、相手に注意を向けていることを証明します。
- ・感情の共感▼目の表情から互いに感情を読みとれ、共感や理解を示す手段になるのです。

アイコントラクトで目を見て話せば、部下はやがて「このリーダーは話をし

やすい人だ」と心を開き、積極的に話しかけてくることでしょう。部下を動かすには、共感、感情の共有が必要です。

リフレーミング効果 悪い状況が、良い状況に思えてくる！



次は起きた出来事は同じでも物事の見方や解釈を変えると、新たな意味を見出しができる【リフレーミング効果】は、リーダーはもちろん、チームにも役立つ心理学です。リフレーミング=reframingとは、直訳すると「捉え直す」、枠組み(フレーム)を変え直すことを意味します。「ピンチこそチャンス」とか「失敗は成功の母」など、物事をポジティブに捉える思考を育む心理学のテクニックといえます。

例えば、私は新卒入社したイトーヨーカ堂で、昇進試験を連続不合格になり、大きな挫折感を味わいました。しかし、挫折が自分と向き合ってきたけれどなり「本当にしたいことはなんだろ」と考え抜き、リクルートに転職したのです。不合格=失敗ではなく、開く機会になつたといえます。ところが交通事故で顔に50針以上

縫う大ケガをしてしまいました。そうなると対面営業はできません。できるのは電話営業だけです。でも、電話営業は」とく断られ、気分は落ち込み、モチベーションも低下してしまいます。それでも電話営業を続けていくうちに、段々とお客様が断る理由や本音、真に求めているサービスを深く理解できるようになっていきました。

電話営業を通じて格段に営業力が身に付いた結果、ついに年間最優秀営業賞を獲得することができたのです。

身に付いた結果、ついに年間最優秀営業賞を獲得することができます。

まずは【ザイアンス効果】です。これは接触回数が増えると印象が良くなり好感度が高まる心理をいいます。私はコーチング先のお店に行くと、まず挨拶をし、就業ルールと本日の目標を聞き、復唱します。さらに仕事の進捗確認としての報・連・相をしてもらい、その都度お礼と確認をこまめが重要になるわけです。

私はコーチング先のお店に行くと、まず挨拶をし、就業ルールと本日の目標を聞き、復唱します。さらに仕事の進捗確認としての報・連・相をしてもらい、その都度お礼と確認をこまめが重要になるわけです。

顧客との信頼関係を高めるのにザイアンス効果はとても役立ち、これはチームづくりでも使えます。

その際、大切なのは「アイコントラクト」です。相手の目を見て話す——優秀なリーダーほど、部下が何かを言つては彼に見積りでも頼んでみようか」と無駄と思われる接触回数があれはあれでビジネスチャンスを生んできました。

昔、御用聞き営業つてありましたよね。用もないのに「今日は良い天気ですね」とだけ言って顔を出す。あれは意外と効果があるということです。しおちゅう顔を出していると、「次は彼に見積りでも頼んでみようか」と無駄と思われる接触回数があれはあれでビジネスチャンスを生んできました。

スムーズに成功するよりも、多少失敗しても諦めずに取り組んで成功したほうが同じ成功でも意味が違います。なぜなら、失敗を通して知識やスキルに付きます。そして、冷静に俯瞰して状況を見ることができ、次のチャレンジに向かえるのです。さらに、これまで支えてくれた人への感謝が湧いてくる——そんなポジティブで様々なハーブルを乗り越えてきたリーダーを部下は求めているはずです。

ハロー効果 リーダーの笑顔が部下を鼓舞する

例えばテレビのCMで、人気の高いタレントがお薦めする商品が良く見えたりします。直接で英語が話せますと聞くと仕事ができる人のように思えます。

そうした特定の対象を評価する際に、その対象が持つ目立った特徴に印象が引きずられてしまうことを【ハロー効果】といいます。ハローとは「halo」という単語で、後光や光輪を意味します。先のCMの例はハロー効果を使ったマーケティング戦略の常套手段です。つまり、目立つ特徴が「良い」場合、別の事も高く評価してしまう——私



Five psychological tips to help with team building



信頼関係を構築しやすくなるのです。営業先でもそうです。「今日は良い天気ですね」だけでは会話はそれで終わってしまいます。「こんな日は、だけ自分の趣味を開示すると「あなたも釣りがお好きですか?」と会話を弾むかもしれません。

自己開示のポイントは「弱さ」「感情」「決意」です。育ち、コンプレックスなどはいいネタになります。弱さ、喜怒哀楽を出し、共感が生まれると関係性が一步深くなります。それがチームなら、メンバーの悩みや課題を聞きだしやすくなることが期待できます。さらに業務遂行や課題解決につながることも期待されます。ぜひ、試してみてください。



◎プロフィール 鳥澤 謙一郎氏 *Torisawa Kenichiro*

トーリーコミュニケーションズ株式会社 代表取締役社長。新卒で(株)イトヨーイカ堂を経て、(株)リクルートにアルバイトで入社、年間最優秀営業賞を受賞し正社員に登用される。2008年に起業。明るさ、前向きさは性格ではない「能力」であるとし、次世代リーダー育成、失敗を恐れない組織風土作りサービスを提供している。従業員が当事者意識を持てる6ステップ【1.自己理解を深める 2.自己責任感を持つ 3.積極的な行動をする 4.周囲からのフィードバックを受け入れる 5.目的、目標、学習目標の設定、進捗管理をする 6.結果にコミットする】で職場づくり、チームづくりを支援する。また、若手経営者向け突破力経営セミナーを東京商工会議所で展開中。

- ・第一段階：タイプ別コミュニケーション
- で相手に応じた接し方を図る。
- ・第二段階：一方通行ではなく互いに意見や意思をやりとりする双方向の会話がある。
- ・第三段階：継続的なコミュニケーションが続いている。例えば常に報・連・相があるという状態。
- 第三段階ともなれば、情報、感情が共有されている良いチーム、良い組織が形成され、メンバーは生き生きと活躍していることでしょう。

自己開示　心の内を伝えると部下が親近感を抱く

り合った弁護士さんとたまたま帰りの電車が一緒でした。雑談する中で「両親が離婚した時はいろいろな複雑な感情や葛藤がありましたが、負けないで頑張ろうと誓いましたね」と私が何気なく話すと、「私も同じです！」両親が離婚してもこの状況に負けないぞ！ってね」と弁護士さんも開示し、一気に心の距離が縮みました。

さらに、社会的弱者を助けたくて弁護士を目指した動機、何を大切にしているかなどの価値観も伺い、すっかり意気投合。今ではパワハラ対策セ

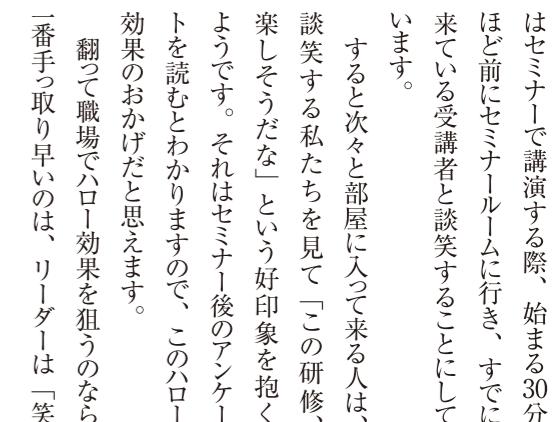


部下は育ちません。

ソーシャルスタイル理論

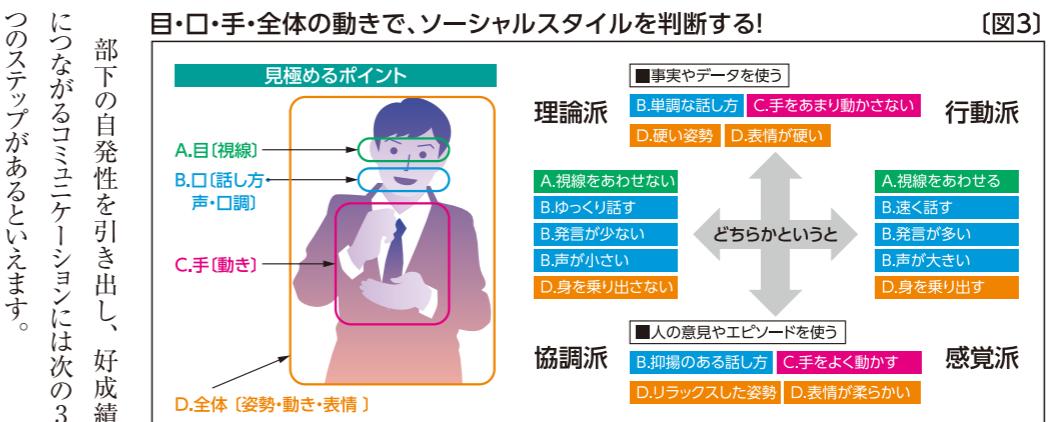
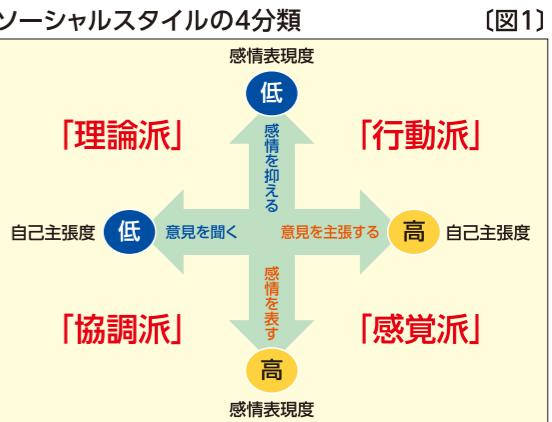
苦手な相手がいなくなる?! タイプ別コミュニケーション術

| 4タイプそれぞれの行動傾向 | | | | 【図2】 |
|---------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------|
| | 人との接し方 | 時間の使い方 | 意思決定の方法 | |
| 理論派 | ・とっつきにくい ・仕事上の付き合いを好む ・協力的 | ・時間に厳しい ・じっくりと進める | ・事実を確かめ、論理的に考える ・リスクを避けようとする | |
| 行動派 | ・とっつきにくい、冷静 ・自立心が強い ・負けず嫌い | ・時間に厳しい ・無駄なく、ペースが早い | ・事実に基づき、論理的に考える ・リスクを伴った決定をする | |
| 協調派 | ・話好き、暖かみがある ・親しみやすい、協力的 | ・時間にはあまり厳しくはない ・スローペース | ・他人の意見に左右されやすい ・リスクを避けようとする | |
| 感覚派 | ・自分で話をリードする ・親しみやすい、負けず嫌い | ・時間にはあまり厳しくはない ・気分が乗れば仕事は速い | ・他人の意見に左右されやすい ・リスクを負うこと気にかけない | |



顔」で「ポジティブな発言をする」と。「「いける、いける!」「大丈夫だよ!」とリーダーが常に言つていると、部下たちは「なんだか、できるかもしれない」と前向きな気持ちになり、自然と笑顔でお客様と接して好印象を与えることになるのです。

業績の悪い会社はリーダーに笑顔がありません。対応も面倒臭そうで、何を聞いても「部下に聞いてください」「ここに書いてあるのでそれを読んでください」と答えます。それは無責任と



部下の自発性を引き出し、好成績につながるコミュニケーションには次の3つのステップがあるといえます。

普のどこに所属するという考え方です。図3で部下がどんなタイプなのかがわかれれば、そのタイプに合った接し方、話し方を考えればコミュニケーションに