

『2分で読切り アシコン・ニュースレター』

発行 アシストコンサルティング 江尻幸雄

名刺等を交換させて頂いた方へ2週間おきにお送りしています。何かしらでも皆様のお役にできれば幸いです。送信不要の場合、お手数ですが空メールの返信をお願い致します。



アシコン・ニュースレター 今回のテーマは、、、『お世辞(ほめる)の影響』で～す

1週間発行がずれました。さて昨年5月の開始から8か月間で20号となりました。今後も雑多なテーマですが徒然なるままに書き留めていきたいと思えます。

ところで18号の「行動経済学」の記事が好評を頂きましたので、今号でももう少し別の点を見てみたいと思えます。

●お世辞(ほめる)と販売力との関連性の具体例とは？

私は仕事柄、会社組織の活性化とそれに関与する社員(後継者を含む)の能力アップを、企業の組織風土に応じたオーダーメイド型でご支援していますが、この支援は多岐な分野・事項にわたり時間も要します。その中で最も悩ましいテーマが「モチベーション(やる気)」と「人財育成」です。人は、他人からの何気ない一言でもマイナスの感情やプラスの感情を抱きます。でもそれは当人にとっては大変重要なことかもしれません。

このような話しの流れで、巷では「叱るよりもほめて人を育成する方」が効果的と言う意見もあります。そこで「モチベーション(やる気)」アップとは少し異なりますが、「ほめる」と言うことが人の心理にどのような効果をどの程度及ぼすか、実証的な事例を見てみましょう。

対人関係心理 10の要素	
1 返報性	受けた恩義には必ず報いると言う思い
2 一貫性	裏表のない信頼できる
3 容姿	身だしなみがきれいだけで他も良いと思う
4 類似性	自分に似ている人を好む
5 協同性	自分の味方、一緒におこなってくれる人への好意
6 お世辞	真実でなくても自分を賞してくれる人への好意
7 連合性	良いこと・良くないことと相手を結びつけ評価すること
8 多様性	自分の評価を他人との相対性により判断すること
9 権威性	権威者への服従は、自分の利益につながると判断すること
10 希少性	機会を失いかけると、その機会が希少的で、より価値があると見なすこと。

ある高級車の販売店におけるお客様へのアンケート調査です。

“商品知識・接客等の基礎的要素(9要素)”と上表のような心理的要素(10要素)について点数つけをしました。高級車の販売店ですから直感的にも基礎的要素(9要素)は良くて当たり前なのは何となく予想できます。では、心理的要素の点数つけはどうだったのか？調査の結果からは2つの事が分かりました。

・10の心理的要素より9の基礎的要素の評価は高い。

・重回帰分析(複数の要素から因果関係を分析)による相関性を見ると“お世辞”について購買との正の相関性があると言うものでした。これを受けて「購入者は販売員の誉め言葉に弱く、車の購入に傾き易い」と言う仮説の元で、社内研修の一コマに「お世辞講座」を設けたそうです。

●お世辞が上手なら常に成績上位の販売員になれるのか？

さてこのような分析からすると、もっともらしい結論に至ることがありますが、それを以ってあらゆる場面に適用可能かどうかは注意して捉える必要があります。何故なら上記の事例で別の地域で同調査を行ったところ、「お世辞」とは別の心理的要素に相関性が見られました。これは顧客の好みや地域性等の変数が影響していることを示しています。“思いつきで”ほめたり、叱るのではなく、普段からの自己と相手との関係性構築を抜きにしてはモチベーションアップも難しいようです。皆様の職場ではいかがでしょうか。最後までお読み頂きありがとうございます。