

オープンしました。

浮島は4月25日に「できるSVの条件 チームマネジメント講座」を担当いたします。他の講座もこちらからご参照ください。

<https://www2.ric.co.jp/cgi-bin/seminar/cc2013.cgi>

Y's ラーニングへの個別のご要望がありましたら、ぜひ以下にお寄せください。
<http://yslearning.com/お問い合わせ/>

★**★

2. 田中晴美「おばあの知恵袋」Vol.47

★**★

組織力を高めるロジカルハウ・レン・ソウ 18

— 2WAY コミュニケーションで組織を活性化させる —

前は、ロジカルな「連絡」でスピードアップ！！「親切的な連絡編」について説明しました。

今回も引き続きロジカルな「連絡」でスピードアップ！！

「伝言編」についてです。

デスクの上に沢山の「伝言メモ」や「付箋」が置いてある光景。
オフィスで見かけますね。

ちょっとその「伝言メモ」を覗いてみましょう。

伝言を記載した日付が1週間以上も前の「伝言メモ」が放置！

記載日が入っていない「伝言メモ」発見！

相手の連絡先が未記入？！

置いてある「伝言メモ」には対応済みのサインがないー！

皆さんの会社ではこんなことになっていませんか？

前回（No.17）と関連する話ですが、当事者同士が直接会話をする場合は、連絡した、連絡がなかったという行き違いが生じることはありませんね。

ですが、伝言を依頼した場合、当人にそれが伝わっていないもしくは後回し、放置しているなんてことが往々にして起こります。

例えば。。。。

本人が外出、あるいは離籍していたので、近くにいた人が変わりに電話に出た

としましょう。

本人が席を外していることを告げると、

「それでは〇〇さんに、ご伝言いただけますか。

△△の件でどうしてもお話ししたいことがあるので、

お戻りになったらお手数ですが、お電話いただきたいとお伝えください。」

といったことづけがありました。

そうすると、この人は〇〇さんに、この要件を伝える"義務"が生じます。

ところが、この伝言を受けた人が忙しくて伝言できてなかったり、

また、うっかり忘れてたりして肝心の当人に伝えていないなんてことがあります。

電話をかけた人は「〇〇さんに伝言がされている」と思っているだけに、

「伝言を聞いたにもかかわらず連絡をいっこうにしない〇〇さん」に対して、不信感を抱きますよね。

そのうちに「電話をほしいとお願いしたのに、いつまでたっても電話がないが、どうなっているの？」とクレームの電話が入るかもしれません。

相手が電話をかけてくれれば、丁重に謝るなどして、対応することができますが、相手が、電話がないことに腹を立て「こんな常識のない会社とは今後、取引しない」と関係を絶ってしまったら、取り返しがつかないこととなりますね。

代わりに電話に出た人は、「本人から連絡があり次第、折り返しお電話させますので、御社名とお名前をもう一度お聞かせください」と言った以上、当人に電話があったことを必ず伝える、場合によっては当人に「連絡してくれましたか？」と確認すると良いですね。

つまり、「伝言は責任を持って連絡をさせる」とうことです。

また、「伝言メモ」を作成するときは「5W1H」で、用件を明確に記述しましょう。

次回もロジカルな「連絡」でスピードカアップ！！「緊急連絡編」についてです。

【ビジネスマナークイズ】Q49 得意先の担当者を接待に誘う言葉
上司の了承を得て得意先の担当者を接待に誘うことになりました。
どのような言葉かけるのが適切でしょうか？

- (1) 一度、飲みに行きませんか。
- (2) ご接待させていただきます。

(3) 今度、お食事でもいかがでしょうか。

★**★

3. 浮島由美子「お役立ち！ミニミニ知識の泉」Vol.47

★**★

さて、「何でも屋」担当をいたします Y's ラーニング代表の浮島です。
ビジネスに必要な知識やスキルって幅広い。
ここでは限定せずにあれこれ拾っていきこうと思っています。

【コミュニケーション力11】

社会人、大学生、企業が常に気にする「コミュニケーション力」。
皆が気になる「コミュニケーション力」とは何を指すのでしょうか。
今回も「コミュニケーション」を分解して、正体をつきとめていきます。

第11回：リーディングとライティング4

「ライティングを考える」第三回は、ビジネス文書において、
いかにして「相手の気持ちに訴える」かがテーマです。

Y's ラーニングで考える、文書コミュニケーションの「基本」は5つです。
繰り返します。

1. ビジネス文書の正しいフォーマットを知っていること
2. 正しい日本語が使えること
3. 簡潔で明確な文章であること
4. 論理的で相手が理解し、納得できる文章であること
5. 共感性があり相手が行動をおこしてくれること

1から3は、文章作成力の基礎体力だと申しあげました。
では、4と5はどのように考えればよいのでしょうか。
情報共有が目的のビジネス文書では、「感情論」や「感性に従った書き方」は
通用しません。

使えるのは以下の2つです。

→論理的で相手が理解し、納得する文章＝パラグラフの使用

パラグラフとは一つの段落に一つのトピックを整理してまとめる手法です。

ポイントは、最初の一文が必ず「結論」や「骨子」となっていること。

これを「見出し文」と呼びます。

見出し文の根拠や背景などは、次の文から続けます。これを「支持文」と

呼びます。(呼び名が重要なわけではありませんが..)
例えばこういうことです。

パラグラフを意識していない文**

私たちは毎年グループで花の写真を撮影する会を開催しております。
昨年は北海道に夏に出かけ、大変きれいなラベンダーを撮ることができました。
今年も、気候の良い季節にでかけて、また美しい花を撮影するつもりです。
つきましては、花田さんをご参加になりませんか。

↓

パラグラフ化された文**

花田さんに、花の写真撮影旅行のお誘いです。
私たちは毎年グループで花の写真を撮影する会を開催しております。
昨年は北海道に夏に出かけ、大変きれいなラベンダーを撮ることができました。
今年も、気候の良い季節にでかけて、また美しい花を撮影するつもりです。
今年はぜひ一緒にいかがですか。

これだけの違いですが、おわかりでしょうか。

「言いたいことを先に告げることの効果」がよく分かります。
結論が第一文に書かれているだけで、読み手は「読む目的」をもつことができるのです。

これは、ビジネス文書にとってたいへん重要なことです。

→共感性があり相手が行動をおこしてくれる文章＝アクティブボキャブラリー

私たちは多くの日本語を習得しています。

「知っている単語」は成人で5万語前後だそうです。

国語の辞書には10万語前後の単語が収録されているようです。

そのうち、どのくらいの単語を使いこなしていますか。

「知っている単語」はパッシブボキャブラリー

「使いこなしている単語」をアクティブボキャブラリー

といいます。

言葉は美辞麗句を並べるだけでは、相手に響きません。

言葉を自分のものにして、自分の言葉として語ることが大切なのです。

第11回のまとめ

1. ビジネス文書において、「相手の気持ちに訴える」ための手法は2つ
2. パラグラフを習得して、結論を真っ先に伝えよう
3. アクティブボキャブラリーで相手の心に届く文章を書こう

→Y's ラーニングお問い合わせフォーム：<http://yslearning.com/お問い合わせ/>

※配信停止をご希望の方は、「配信停止」とご記入の上、
お手数ですが、停止希望のメールアドレスを上記までご連絡ください。
※配信先の変更がある場合は、「配信先変更」とご記入の上、
旧配信先と新しい配信先をご記入の上を上記までご連絡ください。

○。
2013.1.31 号

【ビジネスマナークイズ *解答】

解答 (3)

アルコールが付きものの接待に関して、あからさまな表現をするのは常識に欠けた言動と言えます。

接待されることは、ある種の"借り"をつくることだからです。

得意先に対して、「飲みに行きませんか」「ご接待させてください」「一席設けます」などという言葉で誘うのは、控えたほうがいいでしょう。

接待に誘う場合は、できるだけ間接的な言葉を使って、それとなく誘うようにしたいものです。

「今度、お食事でもいかがでしょうか」

「一度、ゆっくりとお時間を取っていただけないでしょうか」

といった婉曲な表現が適切です。