



印象の93%はボディランゲージが決める

## 懐に入る『心理・論理・時間』テクニック【Ⅱ】Ⅰ

自分に力が100 あっても、他社から70にしか見られなければ、70の評価にしかならない。  
しかし、能力が100あるのなら、100あるように見せたいもの。  
本来の実力をアピールできる報・連・相の秘訣とは何か。

今回はコミュニケーションをさらにパワーアップさせる「時間・ビジュアル、数字」のコツを紹介します。

～プラスアルファの工夫で、さらに効果的な報・連・相を！～

### 1. スれないタイミングとは

ハウレンソウにもタイミングがあります。上司を安心させる「マイルストーン」報告術

例えばプロジェクトの進捗状況については何度か上司に報告する必要がありますが、こちらが適切だと思ったタイミングでも、上司にしてみれば遅すぎるかもしれません。そんなタイミングのスレだけで、報告できないヤツと見られてしまいます。そこで、プロジェクトの開始から終了までの流れの中で、いくつかのマイルストーン（節目）を設定し、予め何をいつ報告するのかを決めて、上司に伝えておきます。

その理解を取っておけば、「いつになったら報告に来るんだ」と上司をイライラさせることもなくなります。

さらに、「イン・アウト」を明確にしておきます。報告の対象とするもの（イン）、対象としないもの（アウト）をはっきりと線引きしておきます。

また、タイミングという意味では、上司の機嫌が悪そうな時や忙しそうなお時、外出直前のバタバタしている時は、事前に約束してあった報告だとしても「後程報告に上がります」などと伝えるにとどめて、出直すと良いです。

説得力43%アップ！「ビジュアル」活用法 Point シャベるより見せる

ミネソタ大学の調査によると、視覚に訴える説明は、視覚を利用しない説明に比べて説得力が43%もアップしたと言います。さらに、視覚、聴覚、臭覚、味覚、触覚の五感の内、人は実に83%の情報を視覚から得ているといわれています。

つまり、人は細かい数字を口頭で伝えてもピンときません。同様に、数字のみの表もビジュアル化されていないため印象が薄い。ところが、グラフで表示すれば一目瞭然、俄然インパクトが出るというわけです。

視覚化の応用編として、同じグラフに表すにしても、単位や目盛の幅を調整するだけ、こちらの都合のいいように見せる事もできます。

競合他社との売上比較のグラフでは、両社の差があまりない場合、縦軸の目盛を細かい刻みにしたり、一目盛の幅を広げたりすると、両者の差が顕著になります。一種の錯覚です。

また逆に、損失額などの報告はあえてグラフにせず、わかりにくい表形式で数字を羅列するのもテクニックです。

### 2. 自分の能力を過小評価させない

売込力最強！「TVショッピング」5鉄則

- 1.統計・数字 = 「アメリカでは30万人が使用！」
- 2.デモンストレーション = 商品の洗剤を使った選択の実演をする
- 3.例え話 = 「1日たったコーヒー一杯分の費用」
- 4.実例 = 「使い古したシャツが新品同様の白さに！」と説明しながら、使用前・使用後の写真を見せる
- 5.証言・証拠 = OO大学のOO教授の推薦の言葉を紹介する。



説得材料を効果的に活用する事で、視聴者は最初は興味もなかったような商品でも、いつの間にか欲しくなってしまうという必殺技です。ここぞという時には、こんな入念な報連相もありでしょう。

上手なコミュニケーションは、まわりを味方につける道具であり、自分の能力を過小評価せず、能力を100%発揮するための環境づくり。ちょっとしたコツで、コミュニケーションは大きく上達します。今回紹介したテクニックを是非お役立て下さい。