

今回は、齋藤孝さんの「意識の量」から紹介します。

この本には、できる人＝意識の量が多い人、優れている人・仕事ができる人は人より才能があるわけではない。とあります。

色々な経験(＝失敗)をして意識の量を増やしていき人は成長していくと書いてあります。その具体例を紹介します。

新幹線に乗っていて車内販売の人が回ってくる。読んでいる本から目を上げてふっとその人の方を見たときに、すっと目が合って、「なにか、いかがですか?」と言っているかのような柔らかい表情を向けられると、私は「じゃあ、コーヒーお願いします」と言ってしまう。それほどコーヒーが飲みたいわけでもなく、その間合いのよさに呼応して、この人の売り上げに協力したいという気になる。逆に、コーヒーが飲みたいなあと思っていて、売りに来た人に軽く手を上げて合図をするが、気がつかずに通り過ぎてしまうようなこともある。もう一度大きな声で呼べば振り返るのだろうが、なんとなく買う気が萎えて「もういいや」となってしまう。車内販売など、ただワゴンを引いて車内を巡回するだけだし、うまいのへタもないと思うかもしれない。しかし実際は、人によって売り上げに大きな差が出る。意識を乗客のひとり一人に張り巡らせている販売員は、「この人はコーヒーが飲みたいのかも」と超能力のように察知できるわけではない。意識を張っているから、客がちりちりとも自分の方を見るのを見逃さないのだ。それは、客が「買おうかな、でもやめようかな」と迷っているサインだ。「どうしても欲しい」と思っていない人を買う気にさせるのが、カリスマ販売員のアイ・コンタクトの技術である。

意識の線の張り巡らし方がうまい人は、サービス上手である。世の中で通常「あの人は気が利くね」とか「気働きができる人だ」と言われるのは、この対外的な意識の線の張り巡らし方、意識の量の多さを指しているように思う。そして私たちは、不思議なことに、名前も知らない初対面の人、一瞬関わり合っただけの相手であっても、その人の意識の量を身体的になんとか感じ取ってしまう。

飲食店でも、ウェイターやウエイトレスの人が何人も立ち働いている中で、自然と反応のよさそうな人を目で追って声をかけている。店内の様子、お客さんの様子を視野にいれて働いている人のほうが、ボーっとして意識が朦朧としていそうな人よりも、オーダーに間違いが生じなさそうな気がする。話していて感じがいいということもポイントの一つになる。どうせなら対応のいい、感じのいい人に頼みたい。アルバイトやパートの人の場合、意識を張り巡らして働いていてもいなくても、時給に直接はねかえるわけではないだろうが、意識量が多いか少ないかでその人の将来性がわかる気がする。正社員にしたくなるタイプか、そうでないか。もしお客さんにアンケートをとったら、結果は歴然とすることだろう。

1) カリスマ販売員がお客さんに物を買わせる技術は何の技術ですか？

A1()

2) あなたの仕事では何に一番意識を使っていますか？

A2()