

突撃!! セミナー・レポート

名古屋セミナー通信編集部スタッフが独断と偏見で選んだセミナーを受講して、勝手にレポートしてしまうという体当たり企画です。

相手に正確に説得力を持って伝えるための考え方



行ってきました。ロジカル・コミュニケーション講座(主催:株式会社ワンネス・コンサルティング)

どんな人たちが受けに来るのだろうと思っていたら、製造業、IT、設計、サービス業などさまざまな業種から20代30代の若い方が30人くらいでした。職場で頭の堅い上司相手に皆さんご苦労されているのかしらとか余計な想像をしてしまいました。

講師の宮川淳哉さんはこのセミナー主催のワンネス・コンサルティングさんの社長さんですが、「組織と人」に特化したコンサルタントとして350社以上の企業を支援し、全国で500回以上の講演実績があるそうです。組織風土改革や採用戦略、人材育成を手がけておられます。

「ロジカル・コミュニケーション」とは、一言で言うと「筋道を立てて物事を考えて、根拠を持って結論を出し、問題を解決したり、人を動かすこと」ということらしいのですが、上司部下の関係に限らず、こちらの気持ちを相手に正確に説得力を持って伝えるための考え方、というように私は理解しました。結論を最初に言い、それから理由や経過を、という順番は、新聞記事が「起承転結」ではなく「逆三角形型」という書き方であることと同じです。この方が伝わりやすいんですね。



わかりづらい、伝わりづらい人の話し方の特徴は、
①結論が最初に出てこない②結論が曖昧
③事実と意見を混同している④思いつきで話が飛躍する
⑤問いの答えになっていない、などなどなど・・・ああ耳が痛い。

特に「事実」と「意見」の区別が大事です。私もそうですが、これを混ぜてしまうと、説得力がなくなったり、伝えたいことが曖昧になったりするようです。ですから会議や報告などでは、予め言いたいことの論旨を整理しておく、つまり事前準備が大切だということですね。

ピラミッドストラクチャー、PREP法やスピーチ話法など、いくつかの具体的な考え方・やり方を解説していただき、練習問題やモデルをもとに楽しくグループワークできました。その中で場面に合ったやり方、自分に合ったやり方、を選んで使えるようになりたいものです。身につくまで繰り返し練習するのが良さそうです。

わかりやすかったのは、「空」->「雨」->「傘」の例えです。
(1)空が真っ黒になってきた＝事実
(2)雨が降りそう＝判断・解釈＝なぜ
(3)傘を持っていく＝結論・主張＝どうする

(2)が抜けてしまうと、「なぜ」傘を持っていくのかわかりませんし、(3)が抜けると、「どうしたい」のかわかりません。こういう会話、よくありますよね。

ボリューム満点で、2時間があっという間に過ぎてしまいました。早速いろいろな場面で使ってみます。

今回は同じ内容で
2018年1月30日(火) 15:30-17:30
詳しくはこちらのQRより
読み込んで下さい→



Profile

三ツ口洋一 (みつくち・よういち)
Team N+1代表、小規模事業専門広報アドバイザー
プロトコーポレーション、中部経済新聞社で約30年間を過ごす。2万人以上の人数と約15年の経済記者経験から、あらゆるビジネスモデルの蓄積があり、誰も思いつかないようなアイデアを生み出すのが得意。
中小企業庁ミラサボ登録専門家。名古屋女子広報チームNPR48Bプロデューサー。名古屋出身。56歳



私が受講しました!

セミナー主催者へのワンポイントアドバイス

人気セミナー講師への3つのステップは、会場予約、集客、コンテンツ!

ビジネス書の著者と、セミナー、企業研修、講演をしながら、セミナー講師になりたい人を育てる講師養成講座を開催しています、無邪気な講演家の大岩俊之と申します。

私が初めてセミナーを開催したのが、7年ほど前です。当時は、ライバルと言えるセミナー講師はあまりいませんでしたが、セミナー会場も少なく場所の確保も大変でした。スマホが今ほど普及しておらず、Facebookの知名度も低く、告知に苦労した記憶があります。

今では時代が変わり、セミナー講師という仕事もだいぶ世間に認知され、セミナー会場もたくさん出来ました。逆に、便利にはなったものの、セミナー講師のライバルがたくさん増えてしまった結果、人から選ばれるセミナー講師になる必要があります。

セミナー講師として活躍したければ、3つのステップを頑張らしましょう!1つ目のステップは、まず会場の予約です。なるべく、交通の便が良い場所を選びましょう。セミナーの中身は、あとからでも間に合いますので。

2つ目のステップは、集客です。会場を予約したら、セミナーの告知媒体である、「こくちーずプロ」「Facebookイベント」などに、自分のセミナーを登録します。ここで、勘違いしてはいけません。告知サイトに登録したり、Facebookでイベント招待しただけでは、集客は限られます。自分の知り合い、自分のセミナーが役に立ちそうな人に、直接会いに行ったり、コピペせず、一人一人丁寧にメッセージを送ることが必須になってくるのです。

地道な作業を頑張った人だけが、人に認知してもらえるセミナー講師になれるのです。私は、今でこそ、自然に人が集まるようになりましたが、今まで1000回以上メッセージを送った経験があります。

3つ目のステップは、セミナーのコンテンツ作りです。自分の伝えたいテーマの中から、自分が話したいコトではなく、参加者が聞きたいコトを中心に組み立てます。聞きたいことは、人にヒアリングするのが一番。本屋さんでも、売れ筋の本からヒントを見つけることができます。これだけでも満足度が格段にアップ。

セミナー講師になりたい人に向けて、『1年目からうまくいく!セミナー講師 超入門』(実務教育出版)を出版しました。本書を、最初から順番通りにこなしていくだけで、満足いくセミナーが開催できるように構成してあります。ぜひ、手にとっていただくと、嬉しいです。



Profile

大岩 俊之 (無邪気な講演家、セミナーコンサルタント)
大学卒業後、電子部品メーカー、半導体商社など数社で、法人営業を経験。
その後、読書法やマインドマップなどのセミナー講師として起業。現在は、「呼ばれる講師」として年間150日以上登壇。
企業研修講師として5000人以上に指導してきた実績を持つ。セミナー講師養成講座も開催中。
著書に、「1年目からうまくいく!セミナー講師 超入門」他計8冊がある。



セミナーにおける2つの収益ポイント

「セミナーの成幸」は「集客・収益・継続」という3つの側面があります。今回はそのうちの「収益」について考えてみたいと思います。セミナーにおける収益ポイントは2つあると私は考えています。

1. コンテンツ(ノウハウや知識)を教える
これはイメージしやすいと思いますが、自分の持っているノウハウや知識とセミナーを通じて教えることで参加費をいただくという形で収益を上げるということです。
参加費 = 収益ということですね。
このコンテンツの良し悪しはもちろん重要とはなっていますが、大切なことは自分の体験談を語るということです。どこかのセミナーで学んできたことを自分で実践したこともないのに教えるというのは、どんなに優れたノウハウや知識であっても価値は低いと私は考えています。
同じようなコンテンツであっても、講師や主催者の個性によってオリジナルのコンテンツになります。ましてや体験談こそが完全オリジナルのコンテンツになり得るからです。
是非、体験談とあなたの個性を掛け合わせたオリジナルコンテンツを創って価値を高めてください!

2. 自社の商品やサービスを販売する
セミナー参加費そのものには収益はないのですが、セミナーを開催することによって自社の商品やサービスを販売するというのです。
参加費はすごく安かったり、無料だったりするのですが結果として商品やサービスが販売できれば収益に繋がるといえます。
この手法を「セミナーマーケティング」と私は呼んでいるのですが、優れた商品やサービスを持っているが目に見えないものだったり、複雑だったり、高単価なものである場合にはとても有効です。

実はこの手法は幅広い業界で活用されていて、
・住宅業界
→ 失敗しない家の建て方セミナー
・保険業界
→ 女性のためのマネーセミナー
・Evernote
→ Evernote Businessによる働き方改革セミナー
などなどです。

セミナーをビジネスとして構築していくためには「収益」が必要ですので、いずれかの収益ポイントをきちんと創っていくことが大切です。
では具体的にどのように構築していけば良いのか?
私がオススメしているのは、人気のあるセミナーに参加してみる、ということ。特に今後、自分がセミナーを主催していく、という視点で参加することで多くの学びが得られると思います。

是非、実践してみてくださいね!

Profile

東橋 達矢「セミナープロデュース専門家」株式会社 LEGEND PROJECT 代表取締役 CEO。
東京や大阪で活躍する「セミナー講師」や「セミナー主催者」が多い中、セミナービジネスが難しいと言われる名古屋での開催に拘り、高いセールス能力と集客力を兼ね備えた「ハイブリッドセミナービジネスプロデューサー」の育成に力を入れている。
【主な実績】セミナー主催 390件、セミナー集客数 2,743人、プロデュースした講師 40人以上 (2017年5月11日時点)・最大で70万円という高単価商品を、50本以上販売・日本ナンバー1のセミナー会社とコラボすることに成功・レンタルオフィスブランドで世界最大手の会社とコラボして、セミナー展開

