

マネジャー研修

◆この様なことが起きていませんか？

- メンバーをきちんと把握して欲しい
- 自分から組織をハンドリングして欲しい
- 目的・方針に沿って目標達成を推進して欲しい

⇒ 思ったように成果
が上がらない



マネジャーとしての役割・心構えを教えたい・学ばせたい

◆おもな受講対象者

新任マネジャー及びその候補者
現職マネジャー（自己流の軌道修正）

に有効なプログラムです。

◆目指す成果・効果

仕事の管理	人間関係
仕事のプロセス管理をしていく手法を、Plan-Do-Seeの原則に従い、計画から組織化、指令、統制をしていく段取りを、原理原則から学びます。	「マズローの欲求の5段階」をベースに、メンバーの欲求を最大限に満たすことが、人間性の尊重になり、いかにメンバーのモチベーションを上げるかを学びます。
仕事の改善	メンバー育成
未来に向かって、現在の仕事のプロセス管理から一歩進んで、計画の修正や効率化への追求などを、組織を調整しながら進めていく手法を学びます。	組織の要請とメンバーの欲求を高次元で結合させるため、メンバーへの動機づけ・職務権限の委譲・日常の評価などを、計画的に実施していくことを学びます。
マネジメントの原理原則	

上記の項目を体系的に整理することにより、より効果性の高い自分のマネジメントの構築 原理原則を実践的知識としての獲得します。

◆プログラムの特徴

マネジメント行動の原理原則を習得

身近なケースを用いて実践力を高める

マネジャーの基本知識・原理原則は、大きく4つに分類できます（左下図参照）。これらを演習や個人研究・グループ討議を通して体系的に整理する。

理想はこの回答だが、現場とは違う...ではせっかく知識を得ても職場での実践は不可能です。ケーススタディや職場の実例研究を通じて、「いつもの自分自身の判断・選択・行動」傾向をふりかえり、学んだこととの違いに自らが気づくことによって実践力を高めます。

◆プログラムの展開例

午前	<p>●マネジメントの基礎 演習やグループ討議・全体討議により、マネジャーとしての基本的な考え方や役割、マネジメントの原理原則についての理解を深める。原理原則をより実践的な知識として、「実例研究」「ショートケース研究」を通して、「組織の養成とメンバーの欲求」「健全な判断」「権限の委譲」などを習得する。</p>
	<p>●仕事のマネジメント 演習やグループ討議・全体討議により、マネジメントの5機能や仕事の進め方についての理解を深める。マネジメントの基礎と同様に「実例演習」「ショートケース研究」を通じて、「指令と命令」「調整と統合による調整」などを習得していく。</p>
午後	<p>●メンバー育成 演習を通じて、メンバーの育成についての基本的な考え方と原理原則を学習する。「実例演習」「ショートケース研究」を通じて、「OJT」「メンバーへの対応」などを習得していく。</p>
	<p>●仕事を通じたメンバー育成 日常起こりうる具体的な事例を材料にマネジャーの役割全般を体験学習することで、まとめとしてマネジャーの役割の重要性を再確認し、マネジメントの原理原則や心構えを確実に習得する。</p>

リーダーシップ研修

◆この様なことが起きていませんか？

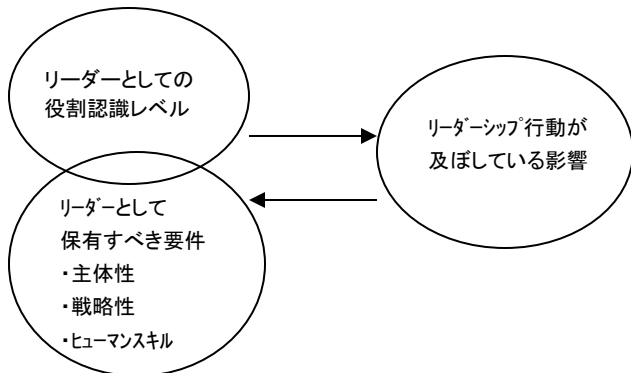
顧客嗜好の多様化に伴う職務の複雑化・高度化、異業種からの競合進出、従業員の雇用に対する意識の変化など、経営環境とその推進者であるマネジャーにとって困難な条件が増大してきています。その中におけるマネジャーのリーダーシップが従来以上に大きな意味をもつこととなります。戦略的で力強いリーダーシップの発揮こそが現代のマネジャーにもっとも大きな課題といえます。

◆おもな受講対象者

現職マネジャー・新任マネジャーに有効なプログラムです。

◆目指す成果・効果(研修テーマ)

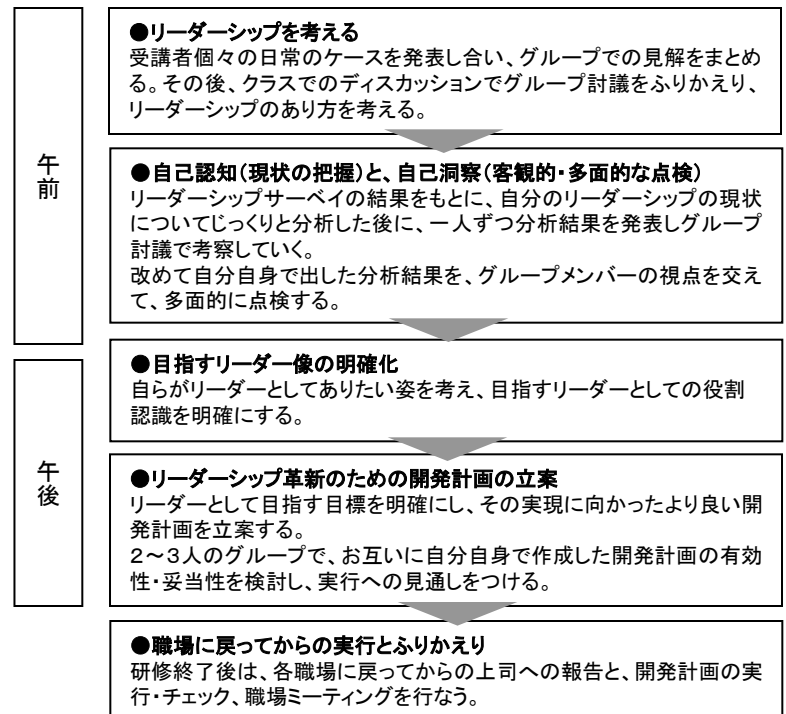
- 日常、上司・メンバーからどのような役割・期待があるのかしっかりと認識できます。
- 思い通りに自分の意志が伝わっていない要因が整理できます。
- 自分自身の態度・行動の特徴が周囲にどのような影響を及ぼしているのかが良くわかります。
- 今後の自分の目指す行動計画が具体的になります。



◆プログラムの特徴

- 1) サーベイを使った研修です。
- 2) 戦略的ミドルのリーダーシップ行動と照らして自己の特徴が浮き彫りになります。
- 3) 本人認知と他者認知(上司・メンバー)とのギャップが明確になります。
～本人・上司・メンバーの3者認知を比較検討し、現実の職場でのリーダーシップの影響力を明らかにします。
- 4) 研修終了後、職場でフィードバックミーティングを行なう職場密着型の研修です。

◆プログラムの展開例



部門方針策定研修

◆この様なことが起きていませんか？

現代社会は、こんな時代です。

- 今までの経験則が通用しない
- 先の予測ができない
- 手本や規範が存在しない

こんなマネジャーが必要です。

- これは社会環境の構造的変化が原因の一つといえます。今までの社内の常識にとらわれることなく、「問題だ」と思うことに自ら気づき、率先的に手を打つ、そんなマネジャーが必要になってきています。

◆おもな受講対象者

経営幹部、幹部候補生、マネジャー全般

◆研修テーマ

戦略的・創造的マネジメントのあり方を学びます。

従来求められてきた要件を果たしつつ状況を踏まえ、自分の意志・考え・視点・価値観を持って、目的を設定し戦略的に行動できるマネジメントのあり方を学びます。

経営的視点を持ったマネジャーを育成します。

「何をすべきか」「どこを目指していくのか」という組織的目的を、内外環境の動向・組織の使命・資源を認識した上で、決断・行動できるマネジャーのあり方や必要性を自分自身の気づきから考えていきます。

自分自身のマネジメント・シナリオを作成します。

今後どのようにマネジメントを行い、また組織をどのようにしていくのかを、自分の意志・考え・視点・価値を持ってシナリオを創り、職場で活かしていきます。

◆目指す成果・効果

- 1) マネジャーがトップの語るビジョンと現場が直面する現実とを統合でき、メンバーを動機づけられます。
- 2) マネジャーが自部署のあり方を自らの意志で決定し、組織内の新たな価値を創造します。

自らの意志・考え・視点・価値を持って、目的・方針を設定し、その達成に向けて戦略的に行動するマネジャーを育成します。

◆プログラムの特徴

- 1) 変化の時代の創造的・戦略的マネジメントを学習します。
- 2) 単なる知識の学習に止まらず、マネジャーとしての視点の学習ができます。
～望ましい視点の提示と自己の既存の視点の洞察により、より高い視点を獲得する
- 3) 同一人物になりきって課題に取り組むことにより学習効果を高めることができます。
～ケースを分析的・評論家的に捉えるのではなく、当事者意識をもって取り組むことができる

◆プログラムの展開例

午前	●マネジメントの基本を考える ケースシミュレーションによる「意思決定演習」を行う。その過程から自分の意思決定の特徴を確認した上で、マネジャーの役割・視点や“変化の時代のマネジメント”はどのようにあるべきか、また組織の目的は自ら選択するものであることを学習していく。
	●組織を位置づけるために I 自分の担当する組織の基本職能や今日の課題および他部署からの要請から、「担当組織の使命」を明らかにしていく。
午後	●組織を運営するために 10のマネジメントの日常的ケースシミュレーションから、自分自身のものの見方・考え方や意思決定の姿勢を洞察し、組織目的を達成するための組織運営のあり方と視点を考え、学んでいく。
	●組織を位置づけるために II ケースシミュレーションから、組織目的を選択し達成していくための、組織における人的資源についての把握(戦力分析)と開発(育成)の必要性とその方法について考え、学ぶ。
	●組織を革新するために 職場で活かしていくことを目的として担当組織を位置づけ、組織目的を選択し、組織を革新していくシナリオを描く。

組織活性化プログラム

◆この様なことが起きていませんか？

- 新しく経営理念と行動指針、目指す方向性を打ち出したが、実行されない
- 中期経営計画を打ち出したのに、思うように進まない
- 全社でCSを推進しているが、現場では思うように進まず、職場間で差がでている
- リストラ／組織効率化を進めてきたが、現場は今どのように感じているか心配だ
- 体質転換を図っているが、思うように進んでいない

◆おもな受講対象者

各職場の全メンバー（職場単位ごと）

◆目指す成果・効果

- 客観データを基に職場内の問題・課題を全メンバーで共有できる
- その問題・課題に対し、どのような対策を講じるかを全メンバーで共有できる
（職場の目指すべき方向の共有）
- それぞれの役割（やるべきこと）が明確になる
- 上記一連の共有を通じて、階層間・職場内コミュニケーションが活性化できる

◆組織活性化プログラムをご導入いただくと 目指すべき成果・効果以外に

- 1) 感覚的にとられていた組織情報が明らかになります
- 2) 職場ごとの課題が明確になります。
- 3) どこに手をうてばよいか明らかになります。
- 4) 全社のマネジャーのレベルが同業他社と比較できます。
- 5) 人事・組織戦略のデータが得られます。
- 6) 経営方針に対する従業員の受け止め方がわかります。

◆標準プログラムの展開例

1日

自職場の現状分析
問題点抽出
原因探索
目指すべき職場の姿
対策設定
を全メンバーで討議する

メンバー育成研修

◆この様なことが起きていませんか？

□リーダーのメンバー指導が一貫せず、メンバーから信頼を失いかけている。

□リーダーがメンバーの抱えている問題の本質を突きとめられず、その場対応の指導ばかりで、根本的な問題解決になっていない。

□リーダーの支持命令が成功体験に基づくもの中心で、メンバーからすれば「市場・お客様は変わっているのに」と納得感を得られず徹底しない。

□リーダーは一方的に話しをするだけでメンバーの話しを聞こうとせず、情報共有が図れていない。

◆主な受講対象者

メンバー育成能力の強化を求められる、リーダーやマネジャーに有効なプログラムです。

◆目指す成果・効果

具体的には、

1. メンバーの自主性を尊重しながらその能力を引き出す
2. メンバーとの効果的なコミュニケーション方法を身につける
3. メンバーを動機づけ、意欲を高める
4. 効果的なOJTの実践方法を身につける

ためのスキル習得のためのプログラムです。

<目指すリーダー像は？>

- ・メンバーに対し何か協力できることはないかと、常に自分の行動を見直す。
- ・メンバーの良き相談相手。メンバーが力を発揮するためのパートナー。

◆プログラムの特徴

このプログラムでは、理想的なリーダーの行動原則(①相互理解 ②目標の合意 ③創造的な問題解決)を学びます。

1. 育成課題の把握

- ・メンバーの抱えている問題の原因は何で、その解決のために自分は何ができるのか、を分析する方法を学ぶ。

2. 育成面談(ジョブカウンセリング)

- ・メンバー自身に問題点を認識させ、解決への意欲を引き出すコミュニケーションの方法を学ぶ。

◆プログラム展開

1日目

◆コーチとは

◆コーチの行動の3原則

◆育成課題の把握

◆育成面談

ロールプレイ1

コミュニケーションスキル研修

◆この様なことが起きていませんか？

〔営業担当〕

- お客様と親しくなるのに時間がかかる。
- お客様によって(お客様のタイプによって)うまく営業が進む場合とそうでない場合とがある。
- お客様から拒絶される理由が良く分からない。
- 対人折衝場面で緊張する事が多い。

〔サービス担当〕

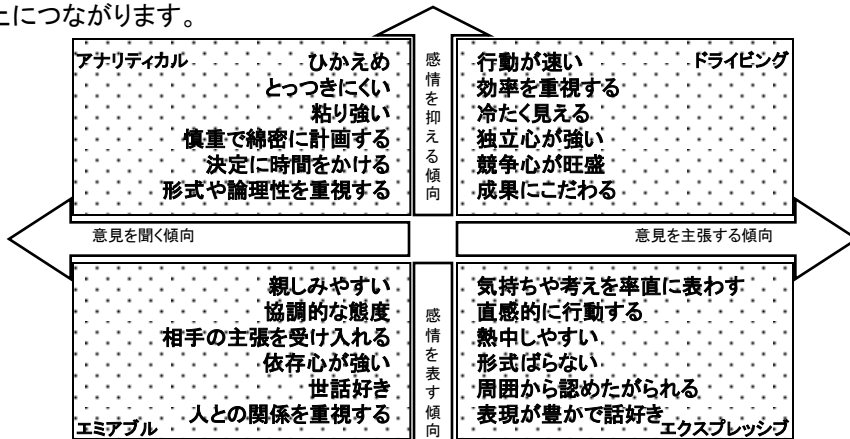
- 話しているうちに相手の気持ちを害してしまい真意が伝わりづらい。
- 相手の気持ちに配慮が足りないといわれる事が多く周囲から「とっつきにくい人だ」と言われる。
- 知識の無い相手に説明する事が苦手だと思っている。

◆主な受講対象者

営業担当、接客担当を主な対象者としてますが、特に対象者に限定はありません。

◆目指す成果・効果

- ◎短時間に良好な人間関係を築けます。
- ◎異なるタイプのお客様にも効果的な対応法を考えられます。
- ◎自分の営業スタイルの強みと弱みを踏まえて営業方法の改善を考える事ができます。
- ◎対人対応力を高める＝相手の気持ちを尊重する、すなわちCS(顧客満足)の向上につながります。



◆プログラムの特徴

行動科学の理論を活用して、誰もが相手に対し、状況に合わせて最もふさわしい働きかけができるようになるための技術を体系的に身につけられます。

1. 相手及び自身を行動傾向別に4つのタイプに分類する。
(エクスペッシブ、エミダブル、ドライビング、アナリティカル)
2. それぞれのタイプにふさわしいアプローチ方法を習得する。
EX)現実場面での応用 : A.人との接し方 B.時間の使い方 C.意思決定の仕方
3. 講義より実習(エクササイズ)を重視している。

<事前準備>

スタイルレポート:周囲の3人位に協力いただき受講者のサーベイを記入いただきます。このレポートから今までの自己の振り返りと今後の望ましい対応のヒントを得ます。

◆プログラム展開

1日目

- ◆対応性
- ◆ソーシャルスタイル理論
- ◆コミュニケーションアプローチ
 - 1) 自分を知る
 - 2) 自分の弱点を抑える
 - 3) 相手を知る
 - 4) 相手に働きかける

商談スキル研修

◆この様なことが起きていませんか？

- 展示場来場者、フェア来場者は多いが成約に結びつかない。
- 自社の強み(企業、商品、プラン)の説明は十分だが、なかなかお客様の信頼を得られない。
- お客様のニーズを把握しきれずに、定型のプランしか提案できない。
- 商談から成約までの時間が以前より長くなっている。
- 両親からの信頼は得られても家を建てる層が親世帯から子世帯に移っており、キーマンが見えない。

◆主な受講対象者

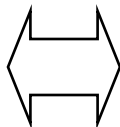
主に、営業に携わる営業担当者・管理職
に有効なプログラムです。

◆目指す成果・効果

- ◎ 検討者の立場に立って商談を進める事により、契約における満足度を向上させ商談の成約率を高めます。
- ◎ ニーズを深く、正確に把握できるようになり、要望を盛り込んだプランが提案でき、信頼獲得につながります。
- ◎ ユーザーの不安や疑問に避ける事無く応える事により、納得のいく提案ができます。
- ◎ お客様本位の営業姿勢が他の競合との差別化につながります。
- ◎ 職場全体での受講により、目標の共有や円滑なコミュニケーションを生む事ができ営業生産性・組織の活性化につながります。

営業担当本位の営業

- 目標組数優先
- 商品・プランを提供
- 説得する
- 短期的なお取り引き



お客様本位の営業

- お客様の満足優先
- 解決策を提供
- 相談にのる
- 長期的なお取り引き

◆プログラムの特徴

1. トップセールスの営業成功の秘訣を体系的に理解できます。
2. お客様の気持ちに徹底的にこだわり、満足を実現させるための考え方と10のスキルを学びます。
3. 全部で3回のロールプレイを通してスキルの確実な習得を目指します。

◆プログラム展開

午前

- ◆ お客様本位の商談とは
- ◆ 基本スキル
 - ・ 質問のスキル
 - ・ 共感のスキル
- ① 商談の環境をつくる
 - ・ ラポールのスキル
 - ・ 動機づけのスキル
- ② ニーズを明らかにする
 - ・ GO-INのスキル

午後

- ③ 最適な提案をつくる
 - ・ オプションのスキル
- ④ 不安や疑問を解消する
 - ・ 照明のスキル
 - ・ 検証のスキル
- ⑤ 提案の実行を決める
 - ・ IFのスキル
 - ・ クローズのスキル