

私は新卒でリクルートに入社し、卒業して現在の会社を設立した。始めにリクルートで学んだことについて述べたい。今回は「営業」、次回は「人材ネットワークの重要性」である。(人材とは、人は「だから」の意味)

私は営業のプレゼンテーションの進化過程を、①フットワーク②ヘッドワーク③ハートワークと考えている。①については、できる限り多くのお客さまの所へ何度も通うことであり、②については、お客さまに納得していただける企画を具体的な論理によって提案することである。リクルートでは、早期に①②を学び、

座

標

営業の神髄

経験する。そして、最も重要な③については、「自分流」を自らの力で創造することが求められる。

私がこの「自分流」を見つけたのは、入社3年目、世間をお騒がせしたリクルート事件の年である。当時東京で組織活性化事業部の営業マンとして、社員研修をお客さまに企画提案する仕事を担当していた。そして、この事件で大変迷惑をおかけしたNTTさまの担当だった。

次々に明るみになる新事実。お客さまに向かうタクシーの中で聞く、S会長辞任のニュース。社内で「こんな中で営業に行ってもしょうがない」と言われると意地でも行ってしまう私の性格は、「営業に來ても検討できないから、今は頼むから来ないでくれ」と言われると、さらに拍車をかけて強情になった。

「今この時期にNTTにリクルートの研修を導入してもらったことに意味があるのだ。ここで行かなくなったら10年はNTTに研修を実施してもええない」と自らに言い聞かせた。自分自身「自分の営業、リクルートの研修の商売」を信じ、お客さまを信じた。

事件のさなかの1年間は、「リクルー

客にほれこみ体当たり

「ただから」という理由で、提案はことごとく却下された。そんな中、先方の人事担当役員とのやりとりを思い出す。「なぜ君はこんな中、何度も足を運んでくるんだい?」「御社とリクルートは運命共同体です。共に世間の批判を浴び、共にイメージを地に落として…。強くなつてほしいのです。何よりも強い組織になつて、世間を見返してほしいのです。私はたとえ嫌われようと通い続けます」

明治の通信省以来、150年の歴史を持つ26万人(当時)の超大手企業NTTにおいて、初めて管理職研修の全国展開としてリクルートの組織活性化研修が導

「プロジェクト地域活性」

代表取締役社長

望月 孝

(仙台市)

入された。先方役員に、なぜ導入に踏み切っていたただけたかを聞いた。「リクルートの持つ組織活性化や管理職のリーダーシップに対する考え方、システム化された研修プログラム。そして、何より望月君のNTTの変革に対する強い意志としつこさかな」

手を抜き、だましましやることに感動は生まれぬ。本当にお客さま(企業・人)にほれこみ、リクルートの全資源(人・情報・商品など)を活用して、お客さまに真剣に体当たりして、初めて身を震わせるような感動を味わえるのだ。

私はリクルートで、営業では、お客さまと自分との相互信頼を礎にした、「自分流」のハートワーク・プレゼンテーションが最も重要であることを学んだ。

もちづき・たかし氏 1962年静岡



市生まれ。86年北大卒。地域活性化事業部マネージャーなどを経て、2003年「プロジェクト地域活性」を設立。05年から東北大学院経済学研究科(社会人特別選抜)に在学。