

バナナの魅力を 100 文字で 伝えてください 柿内 尚文 著

単行本：213 ページ
出版：かんき出版
価格：1,540 円（税込）

はじめに

その日のオススメしない野菜や果物を伝えてくれる八百屋さん。そこには「伝わる技術」が凝縮されています。高度なスキルというよりはコツに近い、地味ですが一生使える「伝わる技術」を解説する一冊をご紹介します。

「伝える量」からスタートしよう

いつも色々なところで目にする広告のうち、今1つでも思い出すことができるでしょうか。電車の中吊り広告でも、テレビCMでも、街角の街頭看板でも構いません。もし思い出してもらえぬものがあるなら、その広告宣伝はひとまず成功していると捉えてよいでしょう。なぜなら、物事を把握・理解するためには「伝えてもらうこと」が必要不可欠だからです。当たり前のことをいまさら…とお思いかもしれませんが、私たちは自分で考える以上に「まず伝える」ということを軽視しがちなのです。

質の高い上等なサービスが用意できたのであれば、まずはとにかく「発信」して、自身のサービスが消費者と「接触する頻度」を増やさなければいけません。存在そのものを認知してもらおうという狙いはもちろんのこと、「人は伝わったことで判断する」という習性があるため、徹底的に「伝える量」にこだわっていくことに大きな意味があるのです。

伝え方、いわゆる「情報の質」も気にかかる部分ではありますが、難しく様々な要素を考えすぎずにまずはシンプルな発信からスタートすることを心がけましょう。

比較なしに魅力は伝わらない

冒頭で紹介した八百屋さんの例を改めて考えてみましょう。「その日のオススメしない商品を伝える」ことで、それ以外の商品の印象が相対的に良くなるというわけです。

これも当たり前のことではありますが、特殊な能力を要さずに身につけられるコツの1つです。比較というのは、必ずしも2つの商品やサービスを用意する必要はありません。1つの商品の見た目と本質を比較するだけでも、様々な価値が明確に浮き彫りになってきます。こちらは前項でお伝えした「伝える量」ではなく「伝える質」に重きをおいた考え方ですので、十分な発信量がある場合には、ぜひ意識して欲しいポイントです。

結論ファーストとラストの使い分け

一般的には「結論ファースト＝結論を初めに話す」の方が良いものとされています。たしかに、長々とした説明を聞いてから結論を伝えられるよりも、単刀直入に結論を最初に述べてもらった方が精神的なストレスは少ないでしょう。ただし、単純に結論を1番最初にもってくるのではなく、「論点の確認」をした方が良いと筆者は述べています。

結論から伝えると、相手は「この人はいま何の話をしているのか？」がわからないことがあるからです。

一方で、結論をラストにもってきた方がよいパターンも紹介されています。

相手が原因や背景などをわからない段階で、いきなり結論を伝えることにリスクがある場合は「結論は後に」。

例として、厳しいことを伝えるときやお客さんに商品やサービスを伝えるときなどが挙げられています。こちらでも「伝える質」を重視した考え方で、内容に応じてトークの組み立てを変えていくことこそ、より上質な話術といえるのではないのでしょうか。非常に明快に、かつ分かりやすく「伝わる技術」について解説されており、誰が手にとっても価値を感じられるようなオススメの一冊です。