

【心をつかむマーケティング】人を活かす魔法 褒めることが人を輝かせる

2004.10.06

どんな女性でも確実に美しくする魔法がある。それは男性や子供の能力開発にも絶大な効果を発揮する。

その魔法とは、人が持つ多様な魅力を見つけて、口に出して褒め続けることだ。

ザ・リッツ・カールトン大阪の「称賛の手紙」

日経ビジネスをはじめ、多くのメディアが実施するホテルランキングで顧客から高評価を受けるザ・リッツ・カールトン大阪。このホテルの「ハート オブ ハウス」(バックヤードのことを彼らはこう呼ぶ)を見学させてもらった時に、発見したことがある。社員食堂入り口の壁面に、顧客から寄せられた感謝の手紙が多数掲示してあることだ。

ホテルのスタッフからこんなもてなしや配慮をしてもらったという実例と顧客が感動した心象とともに、スタッフを絶賛する文面の手紙がたくさん掲示してある。顧客からこんなに称賛される手紙をもらったスタッフは何よりもうれしいだろうし、これからも顧客に上質なおもてなしを続けていこうと思うだろう。

こうした手紙を社員が必ず立ち寄る社員食堂に掲示することで、自分たちを褒めてくださる顧客が存在することに気づき、お客様にもっと喜んでいただけるおもてなしをしようという意欲が高まるはずだ。

社員同士が「感謝の気持ち」を伝えるカード

このほかにも、このホテルには社員のモチベーションを高める仕組みがある。紙のカードを使い、部門の垣根を越えて社員が他の社員を手助けした時に、助けてもらった人が感謝の気持ちを相手に伝えるシステムだ。これは「ファースト クラス」と呼ばれる。

このカードには、前向きな行動を起こした社員を社内で相互に認め合い、会社全体で褒め合う企業風土を作る目的がある。ほかの社員から称賛された言葉が書かれたこのカードは、それぞれの部署でやはり社員の目に触れる場所に掲示してある。

人は自分の存在が認められ、その役割と主体的行動が感謝される時、大きな喜びに包まれる。そして自分を必要としてくれる場所(組織)に対して、強い帰属意識とともに人としての誇りを持つ。こうした人材が働く企業は強力なチームワークを発揮し、顧客からの評価も高くなる。実はこれが企業のブランド力を高めるインフラなのだ。

社内で評価し合う風土が積極的に顧客との会話を増やし、顧客から感謝されることでスタッフたちの素敵な笑顔が生み出されていることにも気づく。

このホテルは最適な人材を見分ける人材評価モデルを持っているため、企業が求める人材と社員の適性が乖離するケースは少ない。こうした前提があるものの、褒められることで人は前向きになり、主体的な行動に駆り立てられることがよく理解できる。

褒める言葉をたくさん思い浮かべられますか？

あなたは人を褒めて育てるタイプか、叱って育てるタイプか。すぐに見分ける方法がある。

紙を用意して、3分間以内に人を褒める言葉を可能な限りたくさん書き出してみる。次に同じ条件で人を叱る言葉を思い浮かぶ限り書き出してみる。書き出された言葉の数はどちらが多いかを見れば、自分自身ですぐに判別できる。組織や企業の風土を判断する時も、社内でよく用いられる言葉を分類してみれば容易に把握できる。

人を褒めて育てる人や組織は、その人が必要とされる存在だと気づかせ、その人を魅了する具体的な語彙を持ち、会話の中で活用する。褒める言葉を持っているから、褒める言葉がかけられ、褒める風土が生まれる。

頭では褒める効用を理解しているのに、行動が変わらないのは、褒める言葉を持っていない、あるいは褒める言葉を日々使っていないからだ。もし強いチームワークや活性化した組織を望むのなら、褒める言葉をできる限り増やし、毎日その言葉を人に投げかけることだ。

このセオリーは社員だけでなく、恋人や妻、そして子供にももちろん通用する。コミュニケーションの原点とは、相手の良い点を見つけ、それを言葉にして伝えることなのだ。

(酒井 光雄 = ブレインゲイト代表)

(筆者とブレインゲイトの活動内容 <http://www.b-gate.co.jp/>)