

コミュニケーション

組織においてコミュニケーションは単なる情報交換や伝達の手段ではなく、期待どおりに人が動いてもらうための手段である。

ードラッカー

会社の目的は相手を動かす、要求に応じてもらうことと理解の上でのみ成り立つ。

(有)西川経営オフィスサービス

中村会計

事務所便り

2011年7月6日 (水) NO. 207

地域から明るい未来を作ろう

ので、成立するかどうかは受け手次第である。

したがって、相手に分かる言葉で関心を引くように、要求内容を明らかにして発信しなければ、人は動かない。人は自分が聞きたいと思う期待していることだけを聞く生き物である。

人を動かすには、目的、目標、進捗状況の情報共有化が絶対必要になるものです。

会社はあなたにどんな貢献を望んでいるかを示し、お互いに理解を共有して、初めてコミュニケーションが始まります。

「自分」はどんな貢献を会社に対してするのかを、はつきりさせることです。



変化の時代に

生き残るために必要なことは、変化を機会と見るからだ。

変化はコントロールできない。できることは、その

チャンスは、そもそもやってくる。見つけるものである。

会社の弱みは何か。

売上・コスト構造をアンバランスにしているものは何か。

脅威と考えるものは何か。

「会社は社会のため

にある」「社会の公器である」という考え方、会社は人材や資源を預かり、社会に必要な役割を果たすものである。

社会のニーズに答えることが、会社の社会貢献です。

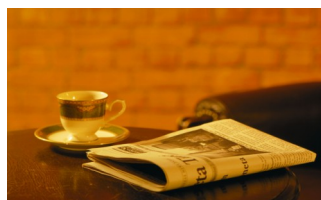
先頭に立つことだけである。今までのやり方を検証し、「今から始めるなら、選択するか？」をゼロから問う。答えが「ノー」ならそれをきっぱり捨てる。あらゆる側面で常に問わなければならない。

成果の上がらないものや、貢献できなくなったものは、投資を止めること。「仕事を捨てる勇気を持つ」と言い換えてもいい。

「このサービスはあと数年」と言われるようになったら

もう捨てるタイミングだ。過去の成功にしがみついているといけない。そして継続的に数値目標を掲げてカイゼンを続けなければならない。

また成果が上がった成功事例は時間をかけ分析して情報を共有し、成功のチャンスを広げること。



何を憶えられたい

組織に属するものが、それぞれ成果を上げるため、工夫や努力をすれば、組織のためになるだけでなく、本人の自己実現につながる。

人が経営者の意識を持つことが大切になります。

「何をもって憶えられたいか」

「自分の会社は何をもつて社会に憶えられたいか」人は、深く自問しなければならぬ。

恥ずかしいほどに、悲惨な組織があることも実際です。

働く人が幸せを感じるかどうかは、給与の額ではない。

生活をしていくお金も大切ですが、仕事自体に喜びを感じる

ことができなければ、人生が実に空しいものになっているのです。

したがって、すべての組織の各