

購買部門が関連部門を説得する方法

第57回 関西購買ネットワーク会

関西購買ネットワーク会幹事 嶋田

Summary

I. よくある課題

II. 最初から巻き込む

- 関連部門を当事者にしてしまう
- 上司を利用する
- 関連部門のキーマンを押さえる
- 司令塔になる

III. 最初から巻き込めない時のHow to

- 関連部門を知る
- 関連部門にとってのメリット・デメリットを考える
- ロジカルな説明を考える
- 根拠を用意する
- キーマンへの根回し
- <コーヒー・ブレイク>

IV. 仕事のやり方を見直そう

- 自分の仕事の進め方を疑う
- 上手くやっている人を真似る
- やりきる

I. よくある課題

II. 最初から巻き込む

III. 最初から巻き込めない時のHow to

IV. 仕事のやり方を見直そう

I.よくある課題

| 課題 | 回答 |
|---------------------------|---|
| 購買部門のプレゼンスが低くて意見を聞いてもらえない | プレゼンスが低いのは購買部門ではなく個人 与えられた仕事をきっちりこなして信用を得る |
| 関連部門が協力的じゃない | 「協力する」のは他人ごと 「やらないといけない」は自分ごとにしてしまう |
| 関連部門にやる気がない | 他人を変えようとするな、時間の無駄 自分で全部やって手柄を独り占めするくらいの気持ち でやるべき |
| 関連部門からケチを付けられる | 自分本位な意見は相手にするな、時間の無駄 どうしても外せない相手なら周囲や上位者を味方にす る |
| 社内ルール(慣習)があって他部門に口を出せない | ルール(慣習)は絶対じゃない、必要であれば変える 実態に則しているのか？本当に必要なのか？根本的に 見直す |

I. よくある課題

II. 最初から巻き込む

III. 最初から巻き込めない時のHow to

IV. 仕事のやり方を見直そう

II.最初から巻き込む

関連部門を当事者にしてしまう

当事者として動いていれば、後で文句を言えない。

なぜなら、自分もその決定に関与しているから

事前の説得

・ Easy

事後の説得

・ Hard

結果

II.最初から巻き込む

上司を利用する

上司をまずは味方につける。

なぜなら、一社員には決定権がないから

Tips

➤上司は遠慮せず使う

II.最初から巻き込む

関連部門のキーマンを押さえる

キーマン(=意思決定権を持つ人、実務者)を押さえて
打ち合わせを進行する。

なぜなら、後で「そんなの俺は聞いてない」と
ちゃぶ台返しされかねないから。

Tips

- キーマンを見つける方法、押さえる方法

II.最初から巻き込む 司令塔になる

司令塔になることで自分の方法で進めやすくなる。
なぜなら、みんなやるのが面倒くさいから

Tips

- メールでキーマンはtoにする
- 関係者にはやってほしいことを名指しで指示する

I. よくある課題

II. 最初から巻き込む

III. 最初から巻き込めない時のHow to

IV. 仕事のやり方を見直そう

III.最初から巻き込めない時のHowTo

関連部門を知る

利害関係者の把握

相手が求めるもの、譲れないものを把握する。

なぜなら、そこから外れた提案を相手は受け入れないから

III.最初から巻き込めない時のHowTo

関連部門にとってのメリット・デメリットを考える

相手にとってもメリットが大きい。

もしくは、デメリットが小さいことを明確にして伝える。

なぜなら、相手にとって「メリット<デメリット」

となった場合、その提案は受け入れられないから

Tips

- 全体最適で不都合を被る部門以外を味方につける
- 相手の利益を強調する

III.最初から巻き込めない時のHowTo

ロジカルな説明を考える

ロジカルな説明(プレゼン)で納得感を得る。

なぜなら、説明がロジカルでなければ

やろうとしている事自体が間違っただけのものに見えてしまうから

III.最初から巻き込めない時のHowTo

根拠を用意する

事後承諾の場合は必ず説明+根拠を用意する必要がある。

なぜなら、相手はその結論が本当に正しいのか？

という先入観があるから

III.最初から巻き込めない時のHowTo キーマンへの根回し

キーマンとは事前に話す機会を作り、了承を得ておく。
なぜなら、後でちゃぶ台返しをされかねないから

Tips

- 声の大きいキーマンは最優先で味方にする
- 相談形式で話しを持っていく
- 影響力の武器を使う

リファレンス 影響力の武器

人が判断するときに影響される6つの原則

| | | |
|-------|-----|-----|
| 返報性 | 一貫性 | 好意 |
| 社会的証明 | 権威 | 希少性 |

参考文献：「影響力の武器 なぜ、人は動かされるのか」

ロバート・B(ベノ). チャルディーニ

コーヒー・ブレイク

あえて巻き込まないパターン

とある知り合いの方がタイタニック号を買おうとした話...



I. よくある課題

II. 最初から巻き込む

III. 最初から巻き込めない時のHow to

IV. 仕事のやり方を見直そう

IV.仕事のやり方を見直そう

自分の仕事の進め方を疑う

あるべき姿はどうか？から考える。

なぜなら、あるべき姿＝正論なので批判する余地がないから

IV.仕事のやり方を見直そう

上手くやっている人を真似る

失敗の形は様々だが、成功には一定のパターンがある。

(キャラクター、キーマン、社風 etc.)

なぜなら、パターンから外れると失敗するから。

IV.仕事のやり方を見直そう

やりきる

成功するにせよ、失敗するにせよ

やりきらなければ自分の血肉にはならない。

なぜなら、自分に言い訳ができてしまうから

Thank you