

「感性を磨く」経営者にとって一番必要な能力

感性を磨くには、どうすればいい？」

とよく聞かれる！

経営のアドバイスや企業内研修をしているせいか、最近経営者などに「感性を磨くには、どうすればいい？」と聞かれることが多くなった。

確かに、これからの時代の経営トップは「人を見抜く力」が一番重要になっていると感じます。

いつの時代も「時代の変化」を感じられるか？

「人の長所を見抜けるか」が重要ですね。

そのためには、哲学・思想を学び、「価値観を高める」と一通りの答を言います。

しかし、これだけでは、言われた方も困るのも事実ですね。

感性を磨くにはどうすればいいのか？

よく本などには、こんなことを書いています。

1. 定点観測

数ヶ所、定期的に観察する場所を持つこと。

観察する対象は、街そのもの、建物、周囲の景色、来ているお客、売られている商品など  
以前と同じ常態か、何か変わったのか、どうか

2. 定物観察

商品や人物など自分に興味があるモノを選ぶ。

見るだけでなく、買ってみる。そうするとまったく違ったものが見えることがある。

特に、デパートなど、人が集まるところを観察すると面白い。

3. 変化に敏感になる

何かが変わるとき、消費者にも企業にもメリットがなければ生き残れない。

「両者が得する仕組み」がキーポイント

4. 何故かを考える

企業側の論理だけでなく、消費者側の立場に立ってみると見えてくるモノがある。

私が最近実践している方法は、

書店のビジネス本の売り場と売れ行き 10コーナー

百貨店の食品惣菜売り場

コンビニ、コーヒーショップ

映画館、リゾートホテルのロビー

駅の中、駅中ショッピングセンター

などを定期的に訪問し、じっくり観察し、手に取ったり鑑賞したりしてます。

感性を磨くには、変化を感じることに

まずは「興味のある」ものを観察することです。

「観」とは、できるだけ広く見ること

「察」とは、できるだけ深く見ること

そして、何故なんだろう？と考えると・・・自然に気づくんですね。

それと、もう一つ大事なことは、相手の立場に立って感じることに。

つまりは、映画の鑑賞中では「ヒーローになりきる」と感情豊かになりますよ。