

Weekly コラム

平成 29 年 5 月 16 日

〒541-0055 大阪府中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4 号館 4 階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO 法人 SKC 企業振興連盟協議会)

Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

エレベーターピッチ

人間の集中力は平均して 30 秒しか持ちません。テレビの CM のほとんどが、30 秒以内に作られています。これは視聴者の集中力が 30 秒しか持たないからです。

そんな中で注目を集めている「エレベーターピッチ」というビジネス用語をご存知でしょうか？元々は IT 業界の最先端であるシリコンバレーで生まれた文化で、エレベーターが IF から目的の階につくまでのわずかな時間で、相手に強かに売り込むという意味です。

最新のデジタル技術やソフトウェアはシリコンバレーで生まれ世界中に広がっていきます。起業を志す若手エンジニアたちが日夜熱いプレゼンを繰り返す中、自身のプロジェクトを簡潔かつ直感的に相手(投資家)へ伝えることを「ピッチ」と呼ぶようになりました。

かつてダイヤモンド販売チェーンのオーナーであるハーツバーグ Jr 氏はホテルの前で、ウォーレン・バフェット氏(世界最大の投資持株会社であるバークシャー・ハサウェイ筆頭株主、会長兼 CEO)に 30 秒の会話で自社の魅力を伝え、その 1 年後には自社をバフェット氏に好条件で売却したそうです。

いわゆるプレゼンは、まず要約から入り、詳細を説明して最後にまとめを伝えるといった形が一般的ですが、ピッチは「短く効果的に話す」ことが必須条件となります。

どのような構成にすれば共感してもらえるかを常に考え、簡潔に相手にとって魅力的な内容にしなければなりません。どんな問題を解決しようとしているか？そのために考えた解決策は何か？ターゲットは誰か？…。特に「エレベーターピッチ」は 15 秒～30 秒で相手を引きつけ、チャンスをつかむための最も短いプレゼンであるため、アメリカではプレゼンの極意として重要視されています。

30 秒で説明できる文章はおおよそ 250 字程度です。限られた字数の中で、自分が誰で、何を提案し、相手にとってどんなメリットがあるのかを説明できなければいけません。1 時間のプレゼンに馴れてしまい、ポイントだけを短時間で伝えることができないと、せっかくのチャンスを無駄にすることになってしまいます。エレベーターの中だけではなく、「伝えたいことを 30 秒、250 字で」は時間の短縮になるだけでなく、チャンスを確実に手に入れるための必須テクニックと言えるかもしれません。営業マンとしては、ぜひ会得したいビジネステクニックかもしれませんね。



記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。

ウィークリーはメールでの配信も行っております。お手数ですが、「メール希望」・「配信停止希望」と件名にご入力の上、skc-soudan@skc.ne.jp まで空メールをご送信ください。また、FAX 不要の際は、その旨をお電話にてお申しつけください。