



目からウロコ!
エグゼクティブのための10分間トレーニング

聞き手の心に刺さる「アンカリング」とは

胸を打つスピーチ構成(4)

2015年7月28日(火)山口 博



先週の演習で、全体を通してひとつのスペシャル・セールス・ポイント(SSP)、各頁にひとつのSSPをセットできるになりましたら、各々のこれらのSSPをアンカリングある内容で補強し、訴求力を高めていきましょう。アンカリングとは、船の碇が海底にずしりと沈むがごとく、話し手のSSPが、聴衆の心の奥底にずしりと響くことを実現するスキルです。このアンカリングのスキルも、訓練によって高めることが可能ですので、演習していきましょう。

ポジティブ表現によるアンカリング

まず、ポジティブな用語を用いるとアンカリングがしやすくなります。同じことを伝えるにしても、「たいへん素晴らしい出来事だったのですが」という前置きをして伝えるのと、「大したことはないのですが」という前置きをして伝えるのとでは、相手の心に響く度合いが大きく異なります。話し手は謙遜しているつもりでも、相手の心に訴求するスピーチの観点からは、効能がありません。

■演習 ご自身で実施する次回のスピーチのSSPをひとつ取り上げて、ポジティブ表現によるアンカリング語法を、ポスト・イットに書き出しましょう(1分間)

実際の例、最近の例によるアンカリング

次に実際の例、それも、最近の例を取り上げると、アンカリングがしやすくなります。「これは実際のA社での実例ですが」、「先週の何曜日に判明したことです」という前置きで話をしますと、なるほどと府に落ちやすくなります。

一方、「たぶん、こういう例があると思うのですが」「数年前にあった出来事ですが」という話ですと、聴衆の心をひきつける度合は低いままと言わざるを得ません。

■演習 ご自身で実施する次回のスピーチのSSPをひとつ取り上げて、実際の例、最近の例によるアンカリング語法を、付箋に書き出しましょう(1分間)

日本のビジネス・パーソンの中には、これから普及するとみられる製品よりも、既に広く普及している製品に、より関心を持つ方々も依然として多いように思います。そうした方々に対しては、「おかげさまで40社にてご活用いただいています」という前置きも効果的です。

アンカリング力を高めるセルフ・トレーニング

アンカリング力を高めるセルフ・トレーニングとして、「私は何者?」、「この製品は何?」と、問いかけては答える、自問自答をする訓練は、有効だと思います。一定時間内の間、慣れてくれば1分間がお薦めですが、集中して自問自答してみるのです。

何度か答えていくと、普段説明している通り一遍の説明の仕方が出尽くして、言葉や思いを絞り出さなければならぬ状況に直面します。そこから出てくる自己紹介や、製品説明が、聴衆の心に訴求するアンカリング要素を多く含んでいるものです。

どちらが良い、悪いということではないと思いますが、ビジネス・パーソンには、自身の内なる声に耳を傾け、自身の内面にある価値観に従い行動を起こすタイプと、行動の価値基準は自身の外側にある規則や慣習にあるタイプと2タイプに分けられるように思います(注)。どちらかという、アンカリングをしやすいタイプは、前者のタイプのように思います。(注)渡部昇一『人間らしさの構造』講談社学術文庫、1977年

■演習 自社の製品やサービスをひとつ取り上げ、「この製品(サービス)は何?」と自問自答しましょう。アンカリングがありそうな自答内容をポスト・イットにメモしましょう

ブリッジでつないで構成を仕上げる

聴衆の胸を打つスピーチ構成の流れにはずみをつけるスキルは、ブリッジのスキルです。ブリッジとは、これまで演習してきたBIGPRからMAP、MAPからSSP、SSPから本論のテーマへ移行する際のつなぎの言葉です。

ブリッジのスキルは、スピーチでも、会議進行でも、1対1の会話でも、それらを円滑に進めたりガイドしたりするために非常に大きな影響力を持ちますので、詳しくは別のプログラムで演習しますが、ここでは、スピーチにおけるブリッジには、以下のような例があります。

スピーチのトピック毎にブリッジをかける際に、たいへん重要なことは、ブリッジを意識して明確にしっかりかけるということです。間を十分におくと、ブリッジのかかり具合が高まりますし、パワー・ポイント資料の字頁を表示する前にブリッジをかけて期待を持たせて、字頁を表示すると、ブリッジの効能が高まります。

■演習 自身で実施する次回のスピーチを想定して、BIGPRからMAP、MAPから全体のSSPの部分のブリッジのロールプレイをし、スマートフォンに収録しましょう(1分間)

■演習 動画を視聴し、改善したい点を付箋に書き出しましょう(1分間)

前	後	ブリッジの例
BIGPR	MAP	背景や目的をお話しさせていただきました。ご説明に入らせていただきますが、ご説明の全体像は、〇〇です
MAP	全体のSSP	全体像の中の、最初のトピックに入りますが、Aの効果については、〇〇です
全体のSSP	本論1	具体例を挙げますと、
本論1	本論2	他のオプションとしましては、
本論2	本論3	実現した効果を申し上げますと、
本論3	全体のSSP	従って、Aの効果は〇〇です
今回	次回	今回はご説明と質疑応答をさせていただきました。次回、採用なさるか否かのご判断をいただければと思います

[このコラムについて](#)

目からウロコ！エグゼクティブのための10分間トレーニング

グローバルビジネスパーソンの研修歴20年以上の筆者が、そのノウハウを「自主トレ用」にまとめました。1回10分、本コラムのトレーニングを徹底的に習得すれば、ライバルに一步も二歩も差をつけることができます。

日経BP社

日経ビジネスオンライン会員登録・メール配信 — このサイトについて — サイトマップ — お問い合わせ — 利用規約

日経BP社会社案内 — 個人情報について — アクセス履歴の利用について — 著作権について — 広告ガイド — ID統合について

日経ビジネスオンライン SPECIALは、日経BP社経営情報広告部が企画・編集しているコンテンツです。

Copyright © 2006-2015 Nikkei Business Publications, Inc. All Rights Reserved.