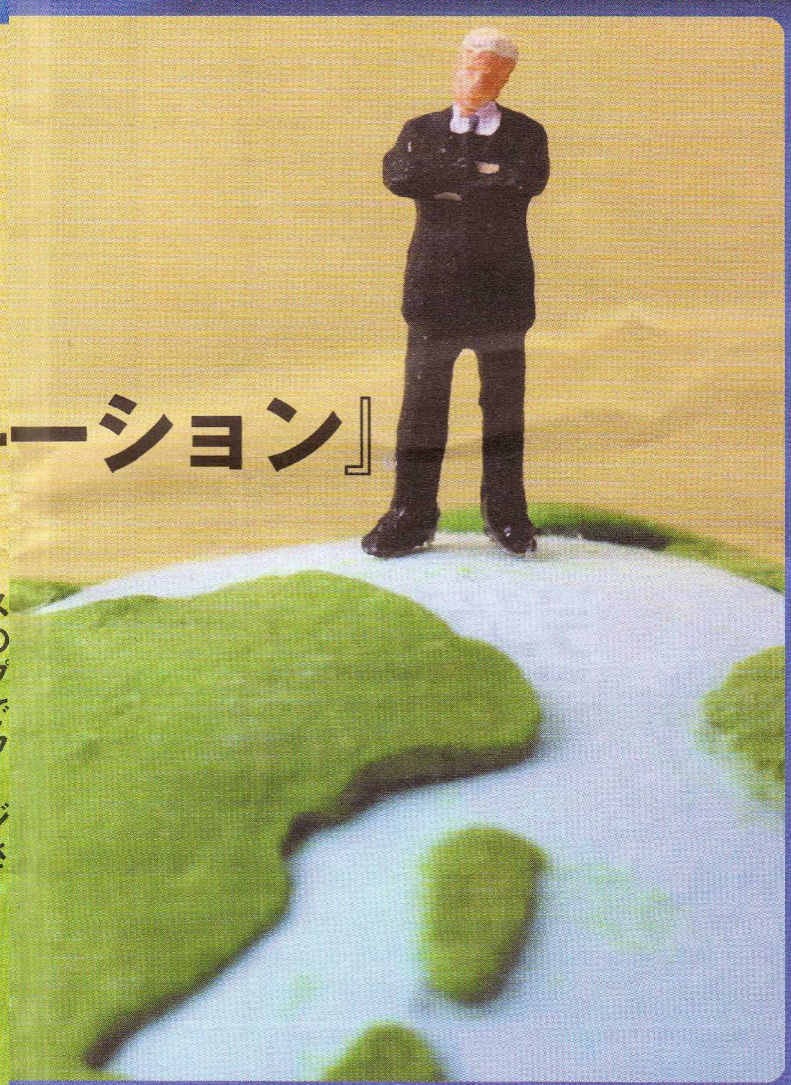
プロとして光る『セルフプレゼンテーション』

グローバルなビジネス環境で活動するビジネスパーソンは、1対1での対話から大勢の前でのスピーチまで、さまざまなシーンで「セルフプレゼンテーション」の機会が多いもの。そこで2014年、アジアエックスからの提案は「セルフプレゼンテーション」を磨くこと。
プロとして光るためのコツやポイントを、ビジネス書の著者やセミナー講師などとして活躍される方々からアドバイスしていただきました。



体験に基づき自分の言葉で語ること

下川 貴久恵氏　キャリアコンサルタント、技術士、知的財産管理技能士

1．良いセルフプレゼンテーションとは？

抽象的な概念だけでなく、具体的な事例を必ず盛り込む事だと考えています。その際に、本や他人からの受け売りでなく、たとえ話などを交えて、自分の体験を自分の言葉で語る事が大切です。要するに、聴き手がイメージできるように表現することです。

例えば、孫子の兵法で有名な『敵を知り己を知らば百戦危うからず』の説明を、就職活動に例えてみます。敵とは受けようとする企業を指し、己は自分自身。企業が求めている人財を知り、相手の求めている人財に対して、自分の強みをどう活かして内定を勝ち取るか？私の場合、発明が得意なので、全く新しい技術開発を必要とする企業を選び、就職を決めました。というようなプレゼンにすると聴き手の共感を得られ、印象にも確実に残ります。更に自然に、発表者の人となりも伝えられます。

2．気をつけて心掛けていること

お客様は誰なのか？聴き手がどんな方で、何を求めているのか？顧客ニーズの把握は慎重に行ないます。特にオファーを受けて講演する場合には、一番、気を使う点です。

商工会議所の場合、工業部会など受講者の興味のベースが同じ場合には顧客ニーズを把握しやすいのですが、会員全般になると、サービス業から卸・販売、製造まで幅が広いので、対象の絞り込みが難しくなります。そういう場合には、プレゼンの冒頭に、想定する対象者を宣言してしまいます。そうすれば、対象とは違う層のお客様も、聞く側の心の準備ができるため、クレームが出なくなります。更に、事例紹介の際に、対象範囲を少し広めにカバーした内容にしておくこともポイントです。

3．失敗談からの教訓

商品説明の時は、いきなりスペックを話さないことが重要です。これはエンジニアが陥り易い事例です。難しい専門用語は使わずに、使う際のシーンを想定して、その映像が浮かぶように表現します。例えばデジタルカメラの説明の場合、「暗いシーンでもこんなに鮮明に写ります！」と言ってお客様の心をつかめれば、みなさん幸せな気分になれます。

さらに、冒頭のアイスブレイク（聞き手の気持ちをほぐす事）では受けを狙わない事。ダジャレを言って無理に笑わせようとして、大失敗！いわゆる“滑った状況”を招き、却って会場を冷たく凍らせてしまったことがあります。まさに受け売りが原因でした。最初の掴みこそ、自分の言葉で素直な自己紹介が一番です！

下川 貴久恵（しもかわ きくえ）

株式会社ダヴィンチ・ブレインズ 代表取締役社長。慶応大学大学院修了後、1982 年にソニーに入社。デジカメの電子シャッター特許で全国発明表彰受賞。社内で最高位の特級特許表彰も 2 度受賞。技術をお金に変える方法や、アイディア発想法を伝授すべく、全国の商工会議所などで講演活動を行っている。

ウェブサイト：http://shimokawa-kikue.com