



答えは自分の中にある！  
コーチング実例

今回のテーマ：  
自分自身を知る

アミューズメント関連企業のグループコーチングを新入社員の方を対象に6ヵ月全12回のコースでご依頼いただき(4人中1人の方は2回目の参加です)、先日第1回目のセッションを行いました。皆さん最初は「何が始まるんだろう…」というとても緊張した様子ではありましたが、会の進行が参加型というのもあり、最後には皆さん非常に充実感ある顔つきに変わっていました。

まず1回目は「コーチングの概論」を説明させていただき、タイプ分けや、ファウンデーションチェックを行います。自分自身を見つめ直していただき、まずは現状を把握するという作業です。

### Feed Back Comments 参加者の声

- 1…第1回目の感想・フィードバックなど
- 2…今回学んだ事、感じた事、発見できた事
- 3…次回までに行動してみようと思う事

### ■コーチングプログラム基本情報 ■

【コース】  
「コーチング習得基本コース(全12回)」  
【開始日】  
平成20年10月10日～  
【場所】  
愛媛県西予市内  
【業種】  
サービス業(アミューズメント産業)  
【対象人数】  
4名  
【時間】  
月2回(1回あたり2時間)

#### ■Nさん(男性)の感想

- 1… 新たなメンバーということで2回目ですが新鮮な気持ちで参加する事ができました。このメンバーの良い所、悪い所をより知るためのよい場だと思います。
- 2… 2回目のコーチングということで、不思議な感覚でしたが、やはり面白かったです。前回と出した結果が似たような結果になり、やはり自分の性格はなかなか変わらないなと思いました。

#### ■Nさん(男性)の感想

- 1… コーチングという言葉の意味について理解できました。次回以降の内容が楽しみです。
- 2… 自分のタイプについて新たな発見があった。(中略)また、他人から見た自分というものに新鮮な驚きを感じました。
- 3… 相手方のタイプに対する適切な見極めができるようになります。その上で、その見極めを仕事に生かしていくべきだと思います。

#### ■Kさん(女性)の感想

- 1… 自分の言葉で思っている事を喋るのは難しいなあ…と！！会話の勉強になります。
- 2… 自分は周りから、どう思われているのかわかりました。また自分の性格も再確認できました。
- 3… 人間ウォッチング。

#### ■Sさん(女性)の感想

- 1… 生まれて初めての経験で、少し緊張しました。心理テストを受けたような感覚で、自分自身の事をより知る事ができました。
- 2… 自分でもわからなかった自分を発見できた気がします。まわりの人達をきちんと見て理解すべきだと思いました。
- 3… 職場の人達の良い所をさがして並べてみる。

今回の参加者の皆さんは非常に誠実で前向きな方が多く、そのような方には特に「コーチング」は有効で成果があがります。私自身も、参加者の皆さんとのコミュニケーションを楽しみながら充実したセッションを提供していきたいと思っています。



自分を客観的に見つめ直してみる、そこから新たな発見があります。



知ってるようで知らない  
ことばのチカラ

今回のテーマ：  
ひらがなのススメ

広告を作る時「ぜひ買ってほしい！」「どうか知ってほしい！」というクライアントさんの思いを伝えるべく、商品名やコピーを「ああでもない、こうでもない」と、たくさんの言葉の中から選び組み立てる、それがコピーライターです。

宣伝するものは様々。クライアントさんは、熱い思いでその商品を世に送り出すわけですから、

当然、多くの形容詞でその特長を説明してくれます。たくさんの情報から、いかにエッセンスをくみ出し、商品にぴったりな言葉で表現し、消費者に伝えるか。難しくもありとても楽しい作業です。

私の場合、クライアントさんからいただいた商品の特長を頭に入れながら、ピンとくる表現をまず「ひらがな」で書いてみてはいかがでしょう。

(コピーライター／田中弥希子)

まず「ひらがな」というのが大事であって、「ひらがな」で書き並べていくと不思議と頭の中にすううっとその言葉が入り、さらにイメージは膨らんで言葉がわいてくるのです。

もちろん「ひらがな」で表現し組み立てた言葉は、必要に応じて漢字やカタカナ、英字に変換していくわけですが。例えば、「おいしい」「美味しい」「オイシイ」ではイメージが変わりませんか？

文章が苦手、日記は三日坊主という方、ためしに一度「ひらがな」で書いてみてはいかがでしょう。

### グループコーチング基礎コース

コーチングの基礎を習得するコースです。前半はクライアントの立場でコーチングを体験し、自分自身の目標達成のためにコーチングを活用していただきます。

後半はコーチングを社内や普段のコミュニケーションのなかで実践的に使えるようになります。

・全12回(6ヵ月) 1回2時間×2回(月)  
・定員：1グループ10名まで  
・対象：新入社員～部長クラス  
・金額：6万円(月額・税別)  
・エリア：愛媛県内および周辺

**コーチング内容**  
■コーチング概論  
■自己を知る  
■ビジョンの確認  
■セルフコーチング  
■コーチングの基礎  
■タイムマネジメント  
■ミーティングマネジメント  
■アサーティブネス など

ハドル・コーチング・ストラテジー  
TEL.0898-22-7658  
<http://www.huddle-cs.jp/>

### 社長のアダ名 コーチングパッケージ

社長であるあなたは、社員の間であなたが何と呼ばれているかご存知ですか？

社員の皆様へのアンケート調査を実施することで、社長様へのフィードバックを数値でご報告し、社長様へのコーチングを通して貴社のテーマや課題を探り出しています。抽出された課題を、さらにコーチングにより良い方向に改善していきます。

お問い合わせ ハドル・コーチング・ストラテジー TEL.0898-22-7658

※資料請求などは同封のファックス用紙にてお気軽にお申付けください。

私たちエクスプレインは「感動」をキーワードに、関わるすべての人々の「幸せ」を創造していく「感動クリエイティブカンパニー」です。総合広告会社として、あらゆるメディアを通して皆さまのお役に立ちたいと考えています。



WEBのお悩み解決します！  
WEB制作Q&A

### 【こもれび診療所様の場合】

#### STEP 1. お問い合わせ



#### STEP 2. WEB戦略ミーティング



#### STEP 3. レポート提出



#### STEP 4. デザインレビュー



#### STEP 5. サイト構築



#### STEP 6. 完成・運用

### ■独りよがりにならないために「お客様の顧客」目線を。

厳密にはもっと細かく段階が分かれますが、節目節目となるステップは上記の通りです。

制作期間はサイトの規模・目的により異なりますが、通常ですとおおよそ1ヵ月半から2ヵ月くらいが目安となります。この時間を長いと感じますか？短いと感じますか？

本当に成果の出るサイトをめざすには、当社が、そしてお客様自身がお客様の強み(売り)を知ることが必要であると考えているため、当社では特にお時間をかけさせていただいている。

そしてそのためにも「お客様の顧客」の目線を大切にすることを常に心がけています。

今回のご質問：  
サイトができるまではどれくらい時間がかかる？

セミナー風景▶

もともとWEBサイトの必要性を感じられたところに、当社主催のWEBセミナーに参加していただいたことが決め手となりました。この他にも当社WEBサイトをご覧いただきお問い合わせをいただいたり、ご紹介をいただいたりときっかけはさまざまです。



いいサイトを作るためには、まずはお客様のことをよく知る必要があります。そしてそれはお客様にお客様自身の強み(USP)を認識していただくことでもあります。その強みを中心に据え、サイトデザインを構築してきます。

デザインを構成する要素は、レイアウト・色・カタチ・テキスト・写真などさまざまです。それらを効果的に用い、サイトデザインを行ない、ご確認いただきます。ここではお客様自身が納得いくまでご意見をいただき、調整を行います。

修正や調整を行ない、いよいよ完成となり、一般公開の運びとなります。しかしサイトの完成はゴールではありません。スタートラインです。定期的なメンテナンスやお問い合わせの処理など運用し、活用していくことでサイトは活性化していきます。

Client's Voice お客様の声

サイトができたおかげで、こもれび診療所として、あるいは医師大城良雄として、伝えたいことをしっかりと考える習慣ができつつあります。

今は幅広くいろんな面を知っていただけます。患者さんや周りの方々の手ごたえを感じられるようになったら、的を絞ってじっくり取り組みたい。そんなふうに考えています。

本当にいいものを作ってもらった！って感じています。

■おおしろ外科こもれび診療所  
<http://www.oshiro-komorebi.jp/>

ではこれら個人広告に企業はどのような姿勢をとっているのでしょうか？

そこには、こうした投稿者とコラボを探る、ブロガー限定の先行体験会を開く、アーティストのPVを自ら動画投稿サイトにアップして宣伝するなど有効性を認め、積極的に取り入れている企業があります。

一方的に情報を与えられるだけでなく、自らも発信者としてダイナミックな動きを形作っていきます。それが新しい消費者の形かもしれません。

(クリエイティブディレクター／南條嘉徳)



あの商品はなぜ売れた？  
ヒットの舞台裏

今回のテーマ：  
消費者＝発信者

かなり話題になったので、ご存知の方も多いと思いますが、ペットボトルのコーラの中にメントスを入れると炭酸と反応して、噴水のようにすごい勢いで噴き出す現象が起ります。

その模様がアメリカの動画投稿サイトYouTubeにアップされ、話題を呼んだのが2年ほど前。以降それをまとめた動画があちこちにア

ップされるようになり、その用途は別として、コーラとメントスの売り上げが伸びたという話を耳にしました。

これらの動画を投稿しているのは基本的に一般の人です。つまりネットの世界では個人の発信した情報が広告の役割を担うことがあります。それは時として企業広告よりも影響力を持ちます。

### WEBについてのお悩み、ズバッと解決してみせます！

#### ■WEB 無料 診断実施中 ■

##### 毎月先着3サイト限定

・アクセス数をアップしたい  
・SEO対策って何だ？  
・検索キーワードはどう決める？  
・WEBから顧客獲得を！  
・会社のイメージアップをしたい  
・リクルートにも力を入れたい

※お問い合わせ・お申し込みは同封のファックス用紙にてお願いいたします。

### コーチングで自社の強み再発見セミナー

創刊記念  
参加費  
無料

あなたの中にある“答え”を引き出します！

会社の「強み」を「ブランド」に。

セミナー概要

- 日 時 / 11月20日(木) 13:30～15:30
- 場 所 / 松山市南吉田町 BizPort C会議室(2F)
- 参加費 / 無料(創刊記念)
- 定 員 / 先着9名様限定
- WEBからもお申し込みいただけます
- エクスプレイン セミナー 検索

※お問い合わせ・お申し込みは同封のファックス用紙にてお願いいたします。