2017-06-26

**陳如月**

**貪心的均衡**

在諸位的工作場所，只為「效率化的時代」，會不會太過於貪心成果呢？以最少的投入瞄準最大的結果並沒有錯。然而，從多方面尋求成果，有些情況下，會形成半途而廢的結局。

在行動時，設定精細的目標對象，執行更適合於目標的行動，會更容易產出成果。最好不要貪心，但是貪心的心情是擴大思考、生出辦法的一種重要感覺。我們要如何保持貪心的均衡才好呢？看看下列幾個事例。

**[事例一]**

藥品公司的培訓在聘請外部講師時，可能會邀請醫師或藥師。不過，會不會有只從營業的角度選擇講師的情形呢？選擇講師時，要從：①想讓参加培訓的員工獲得什麼？②所以，什麼樣的內容是必要的？③誰是合適的講師人選？——的步驟思考。可是，在這裡如果貪心「邀請的講師或許也能對營業有幫助」的話，可能會偏離本來的目的，而聽講者的滿意度有可能降低。並且，那樣的氣氛如果傳到講師，講師的滿意度也降低的話，便會成為不忍卒睹的情況。

**要點：**當你以一舉兩得為目標時，最好先決定重心。在這種情況下，考慮聽講者的利益和滿意度為最優先，幫助營業的利益是附加的，反倒順利。

**[事例二]**

做決定時，最好是盡可能考慮多數利害關係人的意見，讓事情順利進行的理由是，可以減少「我還沒有聽說過」、「沒有納入我自己的意見」等的反對意見。但是，如果貪心的人太多，會議也會很難舉行，而且議論百出很多都沒有辦法做出歸納。因此，我們聽取少數人的意見。選擇傾聽對象有兩種方法，一個是透過公開徵求舉手的方式決定對象，這種方法的優點就是能納入有衝勁的人，缺點是有可能出現品質問題 (有衝勁的人並非總是有好的意見)。另一種方法是聽取被指名者的意見，好處是能確保意見的品質，但我們也必須考慮偏頗意見的風險。

**要點：**在這種情況下，可以分兩個階段進行。首先聽取挑選的少數人的意見，鞏固要點以後，再用問卷調查形式徵求廣泛的參考意見。可以理解的是，這當然需要很大的工夫，不過，這樣做更容易得到大家的認同，更有可能帶來成功。

**[事例三]**

許多文宣品是為了可以使用於任何類型的醫師而製作，導致MR有不足感。有什麼改善措施呢?

在不同醫師引起共鳴的資訊是不同的。例如，同樣是糖尿病專家，有的醫師認為食療最重要，有的認為藥物比飲食更重要。此外，雖然有疾病的治療指引，但是通常會根據個別病人的特質與病情需要改變治療政策，沒有醫療劃一的東西存在。

因此，製作每個人都可以接受的文宣品是困難的。總公司製作的文宣品不盡如人意是當然，要求改進是不合理的。然而，根據目前的規定，未經允許MR不能自行製作文宣品。

**要點：**為了滿足不足感而塞進各種訊息的話，究竟是針對哪些醫師，反倒變得更模糊。與其如此，不如設法在使用文宣品的MR角色下功夫。

用你所擁有的知識為文宣品增加附加價值，依據個別醫師將基本的文宣品加以客製化。當你這樣做的時候，試圖和其他的MR作出差異化。

**[事例四]**

近來公司內部溝通廣泛使用串流視頻。各公司的培訓或是經營管理訊息也有更多的機會用視頻傳送。視頻是一個低成本而可以將訊息傳遞到很多員工的便利工具，但不是萬能的。相反地，有時候文書可能比視頻更能被記住。

此外，公司除了營業部門和研發部門，還有許多其他部門，目標員工的背景有很大的不同。因此，如果貪心「為所有員工」的話，信息有可能變得模糊不清。

給MR的信息和給其他部門員工信息的調性自然不同。就像被評為一定會惹哭人的視頻，有的人並不會哭，視頻有故事性，它可能不會在非對象員工的心裡產生共鳴。

**要點：**咀嚼為所有員工製作的視頻內容再告訴MR，最好大家先一起看視頻，然後由業務經理解說，或是用文字標示重點便於閱讀。「翻譯」以集體為對象製作的視頻，可以提高傳達的效果。

※　　　※　　　※

在減少工作時間的同時，設法提高效率的結果是健全的事情。正因為如此，我們要用心思考。有一句諺語說「三個臭皮匠，勝過一個諸葛亮」，大家交換意見可以產生出新的想法，連結到有機的行動。貪心成果是好事，但是要均衡。

–End–