**見ているもの・こと**

**考えていること**

**していること**

**感じていること**

説明

名前

**ご利用方法**

1. まずは、ターゲットとされる方のイメージをフォーマットの真ん中に入れます。似顔絵を描いたり、似た感じの画像を使ったり、フォーマットの顔の部分（丸い形の部分）に目・鼻・口等を描いてみたりしてください。

＊名前欄：思い浮かべていらっしゃる人の本当の名前でも、ニックネームでもどちらでも良いです。例えば、日本で周りにいらっしゃる方で似ているな、と思う方がいれば「ドイツの田中さん」のような名前にすると、イメージがわきやすい場合があると思います。

＊説明：役職や組織での役割を書くのが一般的ですが、きちんと決められた役割でなくてもしっくりくるものがあれば、そちらを書くと進めやすいと思

います。

1. 次に、「見ているもの・こと」「していること」「考えている事」「感じていること」について、それぞれ書き出してみてください。左上にある四角のテキストボックスをコピーして書き込んでいかれるのがおすすめです。あまりピンとくる内容が浮かばなくて悩まれることがあるかもしれませんが、まずは何でも思いついたことを書き出していくことが大切ですので、楽な気持ちで取り組まれると良いと思います。
2. 書き出したら、「共感できること」「共感できないこと」に各テキストボックスを分類してみてください。４つの項目それぞれの枠の中で、共感できることを左側、共感できないことを右側にまとめるとやりやすいです。
3. 分類が済んだら、まずは「共感できること」に注目してみてください。外国人でも意外とご自分と同じように考える点がある事にきづかれるのではないでしょうか。異文化、異なる商習慣から感じていた心の距離が、これで少し近づいてくるのではと思います。
4. 次に、「共感できないこと」に注目してください。今までモヤモヤとしていた違和感の素が見えてくるかもしれません。また、「していること」の背景には、「考えていること」「感じていること」「見ているもの・こと」が繋がっていることが多いです。そうした、それぞれの項目を超えたところでの繋がりを見つけることで、相手に対して「わからないな～」「違うな～」と思われていた点が少しすっきりと、少なくとも理由がわかってくるのではないでしょうか。
5. 今日、この共感マップを作られたことが、ターゲットとする方との関係づくりの第一歩になります。ここで書かれた共感マップの内容を前提にターゲットに接してみることで、納得がいく点もあれば、実際には共感マップで考えていたのとは異なる点も出てくると思います。そうした異なる点を書き直してみて、またじっくり考えてみて・・・ということを繰り返すうちに、ターゲットの方と真にわかりあえる関係づくりにお役立ていただけると思います。

**貴方の海外ビジネスでのご成功を心より願い、応援しています！**

**アンサンブラウ　イベント＋マーケティング　スタッフ一同**

ご利用方法

1. まずは一般的な共感マップと同じように、「見ているもの・こと」「していること」「考えている事」「感じていること」について、それぞれ書き出してみてください。左上にある四角のテキストボックスをコピーして書き込んでいかれるのがおすすめです。

＊名前欄：思い浮かべていらっしゃる人の本当の名前でも、ニックネームでもどちらでも良いです。例えば、日本で周りにいらっしゃる方で似ているな、と思う方がいれば「ドイツの田中さん」のような名前にすると、イメージがわきやすい場合があると思います。

＊説明：役職や組織での役割を書くのが一般的ですが、きちんと決められた役割でなくてもしっくりくるものがあれば、そちらを書くと進めやすいと思

います。

＊あまりぴんとくる内容が浮かばなくて悩まれることがあるかもしれませんが、まずは何でも思いついたことを書き出していくことが大切ですので、楽な気持ちで取り組まれると良いと思います。

1. 書き出したら、「共感できること」「共感できないこと」に各テキストボックスを分類してみてください。４つの項目それぞれの枠の中で、共感できることを左側、共感できないことを右側にまとめるとやりやすいです。
2. 分類が済んだら、まずは「共感できること」に注目してみてください。外国人でも意外とご自分と同じように考える点がある事にきづかれるのではないでしょうか。異文化、異なる商習慣から感じていた心の距離が、これで少し近づいてくるのではと思います。
3. 次に、「共感できないこと」に注目してください。今までモヤモヤとしていた違和感の素が見えてくるかもしれません。また、「していること」の背景には、「考えていること」「感じていること」「見ているもの・こと」が繋がっていることが多いです。そうした、それぞれの項目を超えたところでの繋がりを見つけることで、相手に対して「わからないな～」「違うな～」と思われていた点が少しすっきりと、少なくとも理由がわかってくるのではないでしょうか。
4. 今日、この共感マップを作られたことが、ターゲットとする方との関係づくりの第一歩になります。ここで書かれた共感マップの内容を前提にターゲットに接してみることで、納得がいく点もあれば、実際には共感マップで考えていたのとは異なる点も出てくると思います。そうした異なる点を書き直してみて、またじっくり考えてみて・・・ということを繰り返すうちに、ターゲットの方と真にわかりあえる関係づくりにお役立ていただけると思います。

貴方の海外ビジネスでのご成功を心より願い、応援しています！