3. 니즈와 원츠, 리더가 읽어내는 '무의식'의 영역

- **'말하는 것'과 '원하는 것'의 차이**

  설문조사는 매우 유력하게 **사람들의 마음을 들여다볼 수 있는 기회**라 여겨진다. 일상에서는 상대방의 말을 듣거나 그들의 의견을 청취해 이를 기반해서 전략을 짜는 것을 말한다. 하지만 그것은 대중들의 **'원하는 것'과 '필요한 것'을 정확하게 반영하지 않는다.** 메시지의 설정 방향을 보다 정확하게 하기 위해서는 말을 듣는 것보다는 그들의 **행동을 관찰**하는 것에 더욱 신경을 써야 한다.

- **무의식을 읽어내는 통찰력**

  리더는 단순히 설문조사의 결과에 의존하기 보다는 대중들의 행동에 숨겨진 **무의식적 욕구를 파악**하여 그 의미를 메시지화 해야 한다.

- **숨어있는 가치를 적용한 메시지 설계**

  일을 하는데 있어서 리더가 **'무엇에 가치를 두느냐'**는 일의 성패를 좌우할 수 있다. 따라서 업무에 필요한 메시지를 설계할 때 직원들에게 어떤 메시지가 있는지 통찰하고, 효과적인 피드백을 이뤄내면서 **좋은 관계를 만들어 가는 것**이 무엇보다 중요하다.