

商売の色・基本12色

だいたい

元気と健康の色

だいたい(橙)

自分のお店は、お客様にとって、どんな時に利用されているのか？

山田は…いつもそんな事を考えている。

TPO(時と場所、場合)にあわせる。

という言葉があるよね。

お客様の生活の中で、どんな時に当店を利用してもらっているのかを考える。

大きく分けると二つ。

一つは、仕方なく利用してもらっているパターン。

今使っているものが壊れたから仕方なく…

他の店に行く手段がないから仕方なく…

もう一つは、選択して使って貰っているパターン。

使っていたものが、やっとなら壊れたからよこび勇んで来店した。

どうしても山田さんから買いたかったと来店して下さる。

例えば…

メガネを作る時を想像してみよう。

今かけているメガネが壊れたら困るよね。

予備のメガネなんてお金もったいなくて作っていない。

そういった困った時にしか来店しない。しかも、遠くの店には時間がなくていけない。

そんな三重苦のような状態でしか来店されないお客様。

それに対して

次に新しいメガネを作るのなら 何物にしようか決めているお客様は…

今使っているメガネが壊れると嬉しいのだ。困らない。

(生活状況としては見えなくなるから困るのだが、心情的には壊れて嬉しい)

今使っているメガネに不自由はないが、何か良いものがあるなら欲しいと思うお客様。

メガネを作るという同じ行為なのに…

お客様は正反対の事を思っているわけです。

もう少し簡単に二つの違いを言うと

仕方なく来店パターン 欲しくないけど、仕方なく買わなくてははいけない。

選択して来店パターン 欲しくて、喜んで買いたい。

この二つに自分の店を当てはめて見る…。

すると…

お客様が自分の店に何を求めて来店しているのかが解かる。
欲しくないのに買わなくてはいけないお客様と
欲しくて喜んで買いたいお客様と…どちらのお客様が好き？

勘違いしてはいけない事は

「欲しくて喜んで買いたい」という状態は
マスコミで大人気の通常品切れの品ばかりが並んでいる事ではない。
そんな品は通常手に入らない物だ。

では、どんな状態なのか。

それは、「あなたが勧めるものが欲しい物」という状態のこと。

「欲しくて喜んで買いたい」という状態のこと。

この状態と、先のマスコミ人気商品が欲しいと言う状態には大きな違いがある。

お客様側から「欲しい。買いたい。」と言う状態を
お店側が作り出せるか、出せないか。
その違いである。

商売をはじめたばかりの頃は…

お客様は が欲しいのよと、雑誌の切り抜きを持ってくることが多かった。

地方の超弱小小売店…

メーカーには相手にしてもらえずお客様にお断わりする日々が続いた。

すると、お店の心が病んでくるのだ。

…売れる商品が入荷しないから売上げがないんだ…とか

…大型店じゃないからお客さんが来ないんだ…とか

…世の中不景気だから、うちも売れないんだ…とかね。

お店側が病んでしまうと

お客様は敏感にそれを察してしまう。…なんかイヤ…そう思う。

笑顔が消えて、声は小さく、話し方はぶっきらぼう…

お願いされると迷惑顔になり…

果ては、お店の電気まで節約とかいって半分消されちゃう。

行くと病気になるような店に…お客さんは来ないよねえ。

山田のお店が「行くと病気になりそうな店」だった頃・・・
そのお店を何とか支えてくれていたのは、店主と同じ、心を病んだお客様だった。
物を手に入れる基準は値段。
お金を払う時には、店主が泥棒に見える。
実際に、月末の集金時に「泥棒」と言われた事もある。

本来、商売とは、物(サービス)とお金の等価交換のはずだ。
なぜ儲けもほとんどない状態なのに泥棒呼ばわりされなくてはいけないのか？
そんな事が続くと・・・お客様を恨みさえする。

おおげさだと思おう？

お客様もなく、当然売上げもなかった頃、一つの決断をした。
自分は泥棒ではない。
自分がどんな人間かを売ろう。
そう思って・・・「お手紙チラシ」をはじめた。
一回・二回目はポスティングした。
昼間は恥ずかしくてできなくて、夜中に・・・。

あやしかったなあ・・・。

それを読んでくれたお客様が、山田に声をかけてくれた。
「これ、面白いよ。新聞に折り込んだら？」って。
「みんな喜んで読むんじゃない？」とまで言ってくれた。
ちょうどポスティングする勇気が底をつき途方にくれていた頃だったから
かわりに配ってもらえる・・・そんな感覚で、三回目からは新聞折込チラシにした。

すると・・・
反応があるんですね。
それまで作っていたカラーのメーカーチラシのときは
安売り商品しか買う人がいなかったのにね(それも稀でした・・・)。
お手紙チラシを読んで感想を電話してくださる方。
感想のハガキを無記名で送ってくださった方。
一番多かったのが・・・
お店を外から覗く人。
山田を確認するためにだけ来店される方。
買い物しに来てくれて「読んでるよ、あれ。」と声かけてくださる人。

うれしかったです。

山田が、泥棒ではなく、山田として認識された瞬間でした。
心を病んでいた山田が、お客さんから声をかけていただけることで健康になりました。
自分に興味を持ってもらえるって・・・嬉しいと実感した瞬間でした。

今までと同じ「売れていない」毎日でしたが
笑顔でお客様を迎える事ができました。
自分に好意的な人が来店されとなれば？
掃除もするし、電気もつけます。

お客様も同じなんじゃないかな？
だって同じ人間なんだから。
じゃあ・・・自分がされたらうれしい事をしよう。
そう決めて、店頭立つようになった。

少しづつ病んだ心を元気にしていった。
やがて・・・お客様の病んだ心にも対処できるようになった。
不信感でいっぱいのままメガネを買いに来た人には
山田が提供できる精一杯の事を
予算内で納まるように工夫して作らせていただいた。
そして・・・だいたい色のメガネケースに入れてお渡しした。
「この色はビタミンカラーといって、元気になる色なんですよ。」
そう一言必ず言い添えた。

今では、元気になりたい！と思うお客様が来店される。

今月は
山田から、あなたへ「だいたい色」をプレゼントさせてくださいね。
元気と健康になるビタミンカラー「だいたい色」を
ほっとはーとやまだ完全オリジナルのピンバッジにしました。
元気と健康が欲しい時に、身につけてください。

商売では、お客様を元気に健康にしてあげなければ売上げはできません。
そのためには、あなた自身が「元気で健康」にならないとね。

仕方なく来店される店から
選択して来店してもらえる店へ。

時々、同じことを自分自身に問いかけてみる。
自分のお店は、お客様にとって、どんな時に利用される店なのか・・・。

くろ

宇宙の色・チャレンジ精神の色・無限の可能性を表す色。

黒(くろ)

山田はメガネ屋である。
結婚した男性の実家がメガネ屋だった。
先代が急死して引き継いだ。

山田の初めてのメガネ体験は小学校六年生の時。典型的な近視。
中学生になり、理科の宿題が出た。冬の星座「冬の大きな三角形」をみてるように…と。
部活動で遅くなった帰り道、夜空を見上げながら帰った。
田舎で、田んぼの真ん中一本道。
それほど見上げなくても、空は満点の星だ。
たくさん星が出ていることはわかるのだけど…肝心の「冬の大きな三角形」は認識できない。
クラスみんなは「見えた」という…。

この時、気が付いた。
山田は、見えているつもりでも、星が認識できていないのではないか？
北斗七星の図柄のように星が並んで見えない。
同じ夜空を見ているのに…どうも自分とみんなは違って見えているらしいと。
テストなんかは、星空の写真がでていたから点数を取ることはできたが
星空をみて正座を確認することは出来なかった。

メガネの勉強を始めた頃に…
勉強会で、生徒全員がお互いの視力を測る実習があった。
そこで、初めて自分の「目」「視力」を徹底的に測ってもらった。
それを元に、メガネ製作実習へと進んだ。自分のメガネを自分で作る。
通常、お店でお客様に処方するメガネは、様々な要因を考え、現在使用中のものに似せた処方にもなることも多い。それは、早く新しいメガネに慣れてもらうためだ。メガネ業界の一般常識として、早くなれるメガネを作ったほうが、クレームを減らすことになるし…。
そんな業界常識の中で、あえて「慣れにくいかもしれないが、慣れたら間違いなく見やすくなるメガネ」を作ろうという実習だった。

出来上がったメガネ…
最初は掛けて歩くのに勇気が行った。
地面を見ながら歩こうとすると…歩けなかったのだ。それでも30分挑戦してみた。
この時のメガネ度数は、左右の差が非常に大きく、通常メガネでは慣れないといわれていた。(他にも慣れないといわれる原因が3つほどあったしね)
新しいメガネを作ったときのお客様の気持ちが身にしみてわかるからラッキーだなと感じながら…なんとか30分掛けて見て…なんとかゆっくりなら歩けるようになる。

その後も練習を重ね…(といっても一週間ほどね)
そのメガネは、快適な視力生活を提供してくれるようになった。
そして…ある夜気が付いた。
ふと見上げた夜空に…知った図形が見えた。
「……ひょっとして北斗七星？」星座の本でよく見る星の配置…。
この時に「これが見えると言う事なんだ。」…そう実感した。
星座の本で、どんなに勉強しても…実際の夜空で星が見えなければ楽しくない。
星空をキレイだと思うために…足りなかったパーツ(視力)。それを手に入れた瞬間だった。

コップ一杯になっていた水が、溢れ出した感触。
「見える」という生活は素晴らしい。
真っ暗な夜空には…宇宙をキャンバスにして、瞬く星の絵があった…。
この時に、自分の仕事は「見える」という生活を提案することだと悟った。
どんな風に提案したらいいのかは…さっぱりわからなかったけれど。

自分が目指すところが見えたときに…
あなたは何を思う？……山田は…こわかったよ。

だって……出来そうもなかったから。
「そんな事無理だよ。」そう思ったら一步も前に進めなくなった。
出来ない言い訳がてんこ盛り思い浮かぶ。
自分が取り組むべき事は
お客様に「見えるという生活」を伝えることだった。
でも実際にしていたことは、他者(しかも大手)の価格に追随すること…。
真っ暗な闇を、さらに暗くするように。

自己啓発の本を読んでもすっきりしない。
自分はできるんだと叫んでも…上手くいくはずがない。
だってね、当時の山田は「現実」を直視するのが怖かった。
どんどん減っていく顧客。新規顧客は皆無に近い。

そんなすっきりしない毎日の中で、あるお客様の検眼をした。
年齢や現在使用のメガネを考慮して…どうも目の中に原因があるように思えた。
メガネは目の外からしか役に立てない。
病院に行くように勧めた。

実は・・・このお客様は「買う気満々」でご来店されたのだ。
「年のせいで思ったように見えんのは仕方ないから。」
「新しいのが欲しいから、このままの見え方でいいからメガネ作って欲しい。」
そうおっしゃる。
正直、目の前の現金が欲しかった。
でも断って、病院に行くように勧めた。
病院には、その眼科と提携したメガネ屋がある。
たとえ病気が落ち着き、処方箋が出て、当店でメガネを作ってもらえる確立は・・・
ほとんど皆無。

今なら・・・
お客様の「目」に変わるものは何もないことを痛感している。メガネは補助でしかない。
山田の数万円欲しさに、お客様の「見える」を奪ってはいけないと肝に命じている。
でもね、当時は後悔した。
「あの数万円があれば・・・」って思った。
そんなあさましい山田のもとに・・・
三ヵ月後、そのお客様が戻って見えた。
病気の治療を終え、メガネの処方箋をもって。
「あの時は、ありがとう。」とおっしゃって。

ほっとしました。

お客様が戻ってきたからではなく、お客様の「見える」が守られてほっとしました。

それと同時に「見えるという生活」の提案方法も思いつく。
山田が知っていることを素直に教えてあげればいい。
山田はお客様よりは知識があるわけだから、その知識を情報として教えてあげよう。
技術的には駆け出し。でも、共感することは出来る。

今月は
山田からあなたへ「黒」をプレゼントさせてくださいね。
オニキスの天然石です。
宇宙の色。そこには無限の可能性があるから。
チャレンジすることで、黒に、ほんの少しずつ色味が入ってくる。
実は豊かな色を隠している。
それは、そのままあなたの未来にあてはまるから。

あか

計画を立て、目的を達成する色。目標に向かって進む色。

あか。

成功哲学の本がたくさん出版されている。

かならず書いてある。目標を立てると……

目標を立てたら…どうする？

待っていても目標は達成できない。目標を立てたら進まないといけない。

進まない限り、目標は達成できない。

10年前に、売上額倍増計画を立ててみた。

その時に読んだものの本に書いてあったから。

一年で20%増やしていくと五年で倍になるって…

その時に思った。

考えているだけじゃ目標には達成しない。

成功哲学なんて考えて勉強する暇があったら、動いたほうがいい。

目の前の事に取り組んだほうがいい。

実際に目の前の事を、のべつ幕無しに片付けるようになって実感した。

目標はあったほうがいい。

一生懸命のパワーは、目標に沿って進んでいくものだからだ。

卵が先か？鶏が先か？…みたいな話だね。

どっちが大切でもない。どちらも大切。

山田はどうだろう…

目の前の事をコツコツ実行して、ふと、時々目標を思い出す。

そのくらいが良いのかもしれない。

今月は、山田からあなたに「赤色えんぴつ」をプレゼントさせてくださいね。

この赤色えんぴつは「HARD」なんですよ。

よく見かける赤えんぴつは芯が柔らかいの。これは芯が硬い。

あなたの目標に向かうためには、芯が固くないとね。

この赤色えんぴつの存在を忘れてしまった頃に目標が達成していますよ。きっと。

あお

空と海の色。自分で自分の世界を築き上げる色。

あお。

あなたには憧れの人はいらっしゃいますか？

山田には憧れの人がたくさんいる。
ちょっと浮気性かもしれないね(^_^;)

商売を始めた頃……
都会で、大きなショッピングセンターに入っているお店さんは憧れだった。
田舎で過疎地で古い路面店。そんな自分のお店。
お客様が来店されない……売り上げも無い。

自分のお店が、あの店だったら、きっと売り上げが上がるのだろう。
……そんなことを毎日思っていた。

憧れのお店が、どんなに素敵なお店であっても、それは自分のお店ではない。
自分のお店ではないのだから、当然、自分の店の売り上げが上がるわけもない。
山田は、自分の足元を見ないで、よそ見ばかりしていたんだ。
上手くいかないのは誰かのせい……。
いつかは誰かが何とかしてくるだろう……。

そんなことは100年まっても訪れないよね。
手探りで少しずつ自分で進みかけた頃に青空をよく見上げた。
それ以外だと、すでに誰かが作った何かがあって……
自分が何も持っていないのが感じられてつらかったから。

青空を飛んでいく鳥がうらやましかったなあ……。
なんだかセンチメンタルな少女のようだけれど。

思春期の「やるせなさが体中に充満している」状態を思い出した。
今、この瞬間に、世界の全てを手に入れたい。なのになかない。
そんな思春期のやるせなさ。

自分の世界を築き上げる事で、自分が生きてると実感できる世界が作られる。

今月は「海と空」をプレゼントします。
広い海と空を、全部自分の世界にしよう。

さくら

礼儀作法と行儀の色。

さくら色。

日本人が大好きな「さくら」。

さくらんぼ色のピンクとは違い、さくら色には微量な墨の色が混ざる。

日本の空と空気の色にピッタリだ。

すかっと明るい「さくら」の絵って、さくららしくない。

さくら色は…白は白。黒は黒。そんなパキッとした感情では割り切れない何かを感じる。

悪く言えば優柔不断かもしれない。

でも…規則規則、規定規定と杓子定規に計られるのは窮屈だ。

かといって…定規となるものがないわけではない。

人と人が繋がって世界が出来るわけだから…

そこには礼儀作法が必要になる。

礼儀作法の定義には「相手に対しての敬意」が含まれている。

規則だからと、自分の領域だけを主張するわけではない。

自分だけ一歩先に出るわけではなく

お互いに一歩引く。

さくらって…

そんな人間関係を表しているように感じる。

山田は

自分の店のお客様と、そんな、礼儀作法を感じられる関係を作りたいと願っている。

礼儀作法を現す方法として、行儀がある。

立ち居振る舞いの作法だ。

お店のお客様…そうならないように願っている。

行儀なんていうと…難しそうだとか、窮屈だとか感じてしまうだろうか。

相手に対する敬意を忘れてしまうと

礼儀作法はとたんに窮屈なものとなる。

おそらく…

日本人にしかわからない微妙な感情かもね。

今月は、さくら色のキャンドルをプレゼントさせてくださいね。

さくらの花びらが…**は一**とに見える…そんなコジツケはご愛嬌として許してくださいね。

さくらを見ると、人と人との繋がりを感じる山田です。

きいろ

大地の豊かな恵みの色・コミュニケーションカラー
きいろ

自分以外の人とコミュニケーション取れていますか？
コミュニケーションって、知覚・感情・思考の伝達のことをいいます。
世の中は自分ひとりじゃないよね。
たくさんの人との関わりで、自分という人間の輪郭が浮き上がってくる。
自分と他人は違うのだ。

山田が商売を始めた頃。自分の知覚・感情・思考を、相手に伝えるだけだった。
自分のことばかり……。 (かなり嫌な奴だったねえ……)

これはコミュニケーションが下手だね。
商売人としても下手だね。

デートで自分の話しかしない男に誰が惚れるでしょうか。
いつも自分の話だけで終わってしまう女に誰が惚れるでしょう。
人間は、自分のことを理解してくれる人を好きになります。
男女の好き嫌いばかりではありません。
他人と信頼関係を持てる時は、お互いに気持ちを通じ合った時です。
コミュニケーションは、行ったり来たりが基本。

大地は、物事を循環させる力を持っている。
生命を生み出し、育て、分解する。その繰り返しを誘う。
生命を生み出すだけでは進歩がない。
生命を育てるだけでは、いずれバランスが狂ってくる。
生命を分解するだけでは喜びがない。

大地の力を借りると、世の中に長く存在できるのだ。
商売をしていくには、他人がいなくてはいけない。
自分の商品・サービスを消費してくれる人を沢山つくろう。
それには、自分だけの力じゃ弱い。他人の力を借りてしまおう。
コミュニケーションを通して、信頼関係があるお客様を沢山作れたら……
そうしたら、商売はどんどん前にすすんでいくだろう。

今月は「きいろ」いろの「アヒル」をプレゼントさせてくださいね。
材質は、さわると心がほっとする、柔らかな厚みをもったフェルトです。
男性はちょっと恥ずかしいかな？
でもね持っているといい事あるんです。人間関係で嬉しい事がありますよ。

みどり

心と体のバランスがとれる色。木の葉の色。

みどり色

山田は新緑が大好きなのだ。

特に春の日差しを受けてキラキラ光る新緑は、涙が出るくらい好き。

柔らかい黄緑で・・・命の輝きを感じる。

それが夏の日差しを浴びて、深い緑色に変わる。

まるで・・・教室の黒板のように深い緑に。

夏の緑は、教室のけだるさを思い出す。

秋になると木の葉は変身する。

緑色をつくるクロロフィルを幹に戻すのだ。

緑色だった葉は、クロロフィルとカロチノイドに分解される。

その葉は黄色に色を変え、クロロフィルは来年また葉をつくるために保存される。

赤く色を変える葉は、クロロフィルとアントシアニンに分解された結果だ。

木は種類によって葉の寿命が違う。

半年のものもあれば、一年のものもある。三年のものもある。

植物は無駄な事はしない。

葉を落とすことにも必要性があり、葉を落とさないことにも必要性がある。

必要な事しかしないのが植物だ。

そこに風流を感じる人間はおもしろい。

合理性しかないものを見て、不合理を感じ、そこに理屈を見出していく人間。

そんな人間をあいてに商売をしているのだ。

山田も、あなたも。

人間あいてに、テクニックは通用しない。

それでも、混乱の中に合理性を求めるのが商売道かもしれないね。

人間も植物を見習らおう。

新しく葉を作り、必要なものは再び体内に戻し、いらぬものは潔くわが身から落とす。

そして・・・

暖かくなり環境がそろそろ時まで、新芽を出すチャンスをうかがう植物のように

準備を整えて、チャンスを待とう。

今月は、山田から「緑色のパズル」をプレゼントさせてくださいね。

木製です。植物の合理性と、人間の不合理さを感じてくださると嬉しいです。

しろ

光の色。純粋な色。伝道の色。
しろ。

白色。
イメージとしては・・・透明。

白色は「色が無い」なんて可哀相なことを時々言われる。
でもね面白い色なんだよ。

絵の具での白色は、純粋だ。
白色は、他の色を混ぜては作れない。混ぜる事で「色」そのものを変えることも出来ない。
ただ、色調を変えるだけだ。濃い色を、淡く変身させる。
光での白色は、透明だ。
絵の具と反対で、全ての光の色を合わせることで透明になる。
光は、そのなかに全ての色の波長を持っているからね。

自らを主張しない色なのに
その中に全てを持ち合わせ、全ての色の色調だけをかえる。
実に変わった特質を持っている色だ。

自己がしっかりあるのに、他人に強要しない・・・そんな色。

山田は
商売を始めた頃、お客様を自分色に染めたかった。塗り替えたかった。
お客様に、いかに自分の言う事を聞かせるかが勝負だと思ってさえいた。
そんなことは不可能なのにね。

失敗して学んでいく中で
自分の芯をしっかりとって伝え続ければ
お客様自信の色の中に、白色を取り入れてもらえる事に気がついた。
お客様を変えることなく
自分を変えることもなく
上手く融合していく事が、長く愛してもらえるコツかもしれない。

今月は・・・「紙遊び」をプレゼントします。

しろしに沿ってハサミで切り落とし、広げてみてね。
お客様に、あなたの世界を伝えるという事は、予想できなかった感動を与える事なのです。
白色は、そんな伝道の色でもあります。

おうごん

金運を呼び込む色
おうごん(黄金)

古代から権力の象徴として用いられてきた「金」。
現代でも装飾品として人気があるよね。

さて…

そもそも…金はなぜ人気があるのだろうか。考えた事ある？

金の特徴は、あの独特な色合いではない。

金の特徴は、その「安定性」にある。

金を溶解する事は長い間不可能だったの。

王水と呼ばれる、濃塩酸と濃硝酸を3:1の体積比で混ぜてつくる液体が発見されるまでは不可能だった。

金を作り出すことを目指した錬金術師達にとっては、まさに「王の水」だったに違いない。

どんなものでも、同じ物を作ろうと思ったら、そのものを分解して内容を理解する必要があるよね。ところが金は何を持ってても分解できなかったのだ。

現代においても王水以外のものでは溶解できない。

変わらない美しさは、変わらない強さである。

古代の様々な王が、金に権力の象徴を求めたのも当然だろう。

移行行く世の中で、手に入れるのがもっとも難しいのは「変わらない事」だもの。

現代も古代も同じ。

商売においても同じ。

たとえ上手くいって過去最高の売上げが出せたとしても…

明日からの保障は何も無い。

その時に不安におびえるのか、見えない未来に向かって一步を踏み出すのかは
当人の「安定性」にかかっている。

何があっても変わらない自分の芯をもっているかい？

金は熱で溶かせば、形を変えることが出来る。その本質は変えないで、形だけを変える。

商売人も同じじゃないかな。

今月は、山田より「金色のケース」をプレゼントさせてくださいね。

そして、一年間頑張ったあなたへ、お花を一輪だけ贈ります。

新しい年も、あなたにとって最高の学びがある一年でありますように。

むらさき

ロイヤル・パープル。高貴な色。
むらさき。

紫色ときいてイメージするのは・・・
位の高いお坊様の袈裟とか、ヨーロッパの豪華な王様ローブ。
細かい点は違って、多くの方が高貴な色だと思うだろう。
それほど上手に刷り込まれている色も無いよね。

紫がなぜ高貴な色といわれているか。
それは、染色によって作り出すのがとても大変な色だからだ。
海外では「貝」から染料を作る。
親指の先くらいの小さなイボニシガイのある、その名もパープル線という器官が染料となる。
一グラムの染料をとるのに二千匹の貝が必要になる。
気が遠くなりそうだ。
東洋では植物から染料が作られた。
紫草の根っこから、やっぱり気が遠くなりそうなくらい手間隙かかかかる。
紫色の染料じゃなくて、藍の青と、紅花の赤を重ねて染めて作り出す方法もある。

紫は基本となる色がないんだよね。
中国の五行色には紫は入っていません。赤・青・白・黄・黒。古くは紫と呼ばないで赤青色なんて言われていました。日本でも京紫は赤紫色、江戸紫は青紫色だしね。

なんだか染色の歴史講座みたいになっちゃったね。
絶大な人気を誇る紫色ですが、意外と定めが曖昧なもの魅力だよな。
なんだから・・・
大企業が五行色としたら、中小は赤青色なのかもしれないね。
自分のさじ加減で、赤紫にも青紫にも変えられる。
同じ色を作るのにも、一種類だけじゃなくて、二種類掛け合わせてもいい。

いろいろ挑戦しているうちに赤青色が紫色になる。
名前も知られていなかったのにいろいろな工夫をして、お客様が大切な顧客さんとなっていく。気がついたら多くの顧客さんによって紫色が染め上げられている・・・。
商売として、自分が色を決めているつもりが、実は顧客さん一人ひとりが色を決めてくださっているのかもしれない。

今月は「紫色のだるま」をプレゼントさせてくださいね。
今年の目標を決めて、だるまに片目をいれてね。
そして一年後もう片方に目を入れましょう。きっとステキなあなた色が出来ているんじゃないかな。

ちやいろ

大地の色。人脈の色。

ちやいろ。

茶色で思い出すものは何？

山田は…琥珀(アンバー)の色を思い出す。

結婚する前。

今の旦那様と付き合っているときに、小説をかしてもらった。

「アンバーの九王子」という全5巻のSF。翻訳が少し難解でした…

スグに返せそうに無かったので「遅くなるかも」と言ったら

「ゆっくりでいいよ。ソレを持ってお嫁に来れば。」と言われた。

(まぁ…プロポーズの言葉だったわけで…)

その小説の中で「アンバー色の飲み物」という表現があちこちに出てきた。

アンバーという世界に住む人と、現地球という世界に住む人とが登場するのだが

現地球から、アンバー世界には「アンバー色の飲み物」が持ち込めない。

そのことを主人公は残念がる。話の大筋にはまった影響の無いエピソードですが。

さて、茶色は大地と人脈の色です。

商売にとって大切なのは…人です。

誰かを出し抜いたり、だまして上手くやったり…なんて出来ないのですよ。

全ての人は大地を通してつながっています。

少なくとも重力がある地球で商売をするのであればね。

あなたは「人」とどんなつながり方をしますか？

山田は…大地を通してつながっている人には嘘がつけない気がしています。

ばれてしまいそう(^_^;)

山田が宝石の仕事始めて

琥珀に魅せられたときに、ふとこの小説の事を思い出した。

「琥珀色の飲み物ってなんだろう…」

あなたは何だと思えますか。

今は「バーボン」かな…なんて思っていますが。

当時、山田は「紅茶」の事かなと思っていました。

今月は「山田のお気に入り紅茶」をプレゼントさせてくださいね。

紅茶の楽しみ方のひとつは「水色」といって、紅茶を入れたときの色を楽しむの。

水色の濃さで味が変わったりします。お楽しみあれ。

あい

沈着冷静の色。

あい。

藍色。

青より濃く、紺より淡い…

そういわれる色です。

藍染という染色方法で愛好者の多い色ですが
他の色と比較する事が出来ない単体となった時には
青なんだか、紺なんだか…よくわからないともいわれてしまう色です。

物事は

何かと何かを対比すると違いがわかりやすいですね。

自分のお店を他店と比べると、強み弱みがわかりやすい。

そうして自分のお店の特徴を見つけたりします。

だけど…だんだん商売は「他店」と比べていても売上げが出来にくくなりつつある。

自店の中で、何処とも比べることなく、自分単体で自分の色を見つけること。

そうしていかないとお客様に選んでもらえなくなってしまうだろう。

沢山の色がある。

それぞれが一つのお店だとして…

自分はその中で独自の色を持ち続けていられるだろうか。

自店のお客様をみつめる事だ。自店の商品ではない。

自店に通ってきてくださるお客様をみつめる。

他店を観察する時も同じね。他店の商品ではなくお客様を観察する。

商品は儲けを運んでこない。

儲けを運んでくるのは、お客様だ。

世の中の変化が早くなっている。(実感している?)

そうすると…商品は結果でしかなくなる。

商品を真似したところで、それは次の日にはもう使えなくなっているツールかもしれない。

結果にいたる過程こそが儲けの源だ。

結果にいたる過程って…思考することだね。

「なぜお客様は当店を使うのか」「繁盛店に通うお客様は、なぜその店に通うのか」

それがわかると、単体でも、青色か藍色か紺色かが判断できるようになる。

今月は藍色のカードに乗せて、あなたへのメッセージを送ります。

大人の作文教室(商売人編)第二期とお付き合いいただきありがとうございました。

複製・再販売・オークションなどへの出品を固く禁止いたします。

Copyright 2008. ほっとはーとやまだ Allright reserved.