

正直に、形で届けよう

Deliver it honestly, in form

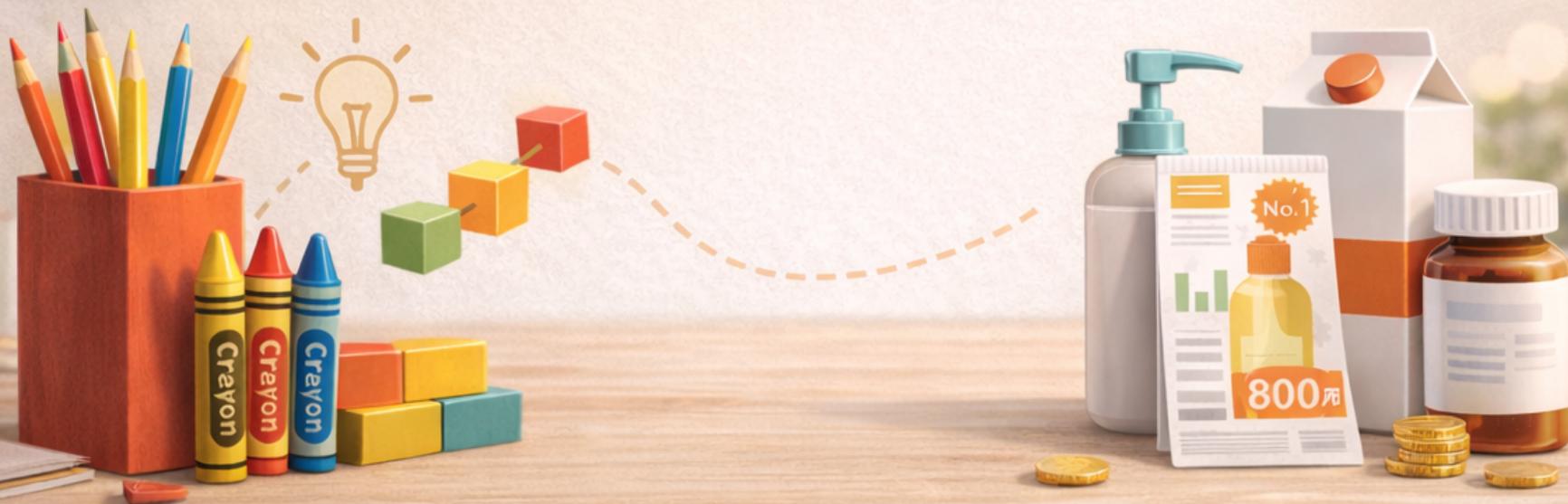


ビジネスは、正直な”カタチ”で届けよう
選ばれる商品には「立体」がある



学べるポイント

ビジネスにおける
「選択肢の持たせ方」と「商品設計の考え方」を、
身近なたとえを通して紐解いていきます。



ビジネスは「お金」ではなく「形」

ビジネスで 本当に大切なのは、
売上や価格そのものではありません。

それよりもー
「想い」や「技術」を、
相手が“理解できる形”に
できているか。

ここが、全ての出発点では
ないでしょうか。



クレヨンのたとえ

たとえ話をひとつ。

真っ白な画用紙の前に、
水色・紫・灰色・ピンク・茶色など、
たくさんのクレヨンが並んでいます。

あなたなら、どんな絵を描こうとしますか？

おそらく—

「これも使えるかも」

「あれも足したほうがいいかも」

そう考えながら、
少しずつ構図が複雑になっていくはずです。

この感覚を、
少しだけ覚えておいてください。



3本のクレヨンで絵を描く

では次に――

同じ白い画用紙の前に、
「青・黄・赤」の3本だけの
クレヨンが置かれていたらどうでしょう。

多くの人がすぐに
「信号」というイメージを思い浮かべ、
迷わず描き始められるはずです。

さて、この違いは何を表しているのでしょうか。



たとえが示すもの

お客様の立場で考えてみてください。

商品や選択肢が多すぎると、
「どれが正解かわからない」と迷い、
結果として選べなくなることがあります。



ビジネスの世界では実際に、
商品数を増やすほど、選ばれにくくなる
という逆説が起こります。



「財」を放つ構造

一方で、
分かりやすい商品は、
選ばれ、買われ、感謝されます。

企業サイトなどでよく見る
「選ばれる理由」も、
ただ並べてあるだけでは不十分です。

想い・強み・価値が
立体的に伝わる構造になって
はじめて、

それは本当の「選ばれる理由」に
なります。

そのとき、価値は
“財”として自然に循環し始めるの
です。



技術を“正直に”形にしよう

私たちが持つスキルや技術は——
飾らず、誇張せず、ごまかさず、

相手が自分で判断できる形にしてこそ、
誰かの力になります。

【供給の本質】とは、
「選ばせること」ではなく、
「選べる状態で差し出すこと」なのです。



END

ビジネスとは、
「届けたい想い」を正直な形にすること。

その形が「選びやすさ」となり、
やがて信頼と感謝の循環を生み出していきます。

ここまでご拝読いただき、ありがとうございました。

代表取締役 向井智仁

<https://walkwith-code.jp>



Click!