

ユリケン通信 第2号



ユリケングループからのニュースレター

2015年5月号

シナリーの理念

信念

シナリーの約束を守り、良品供給のできるグループであること。

信義

家族や仲間が参加したくなる楽しいグループであること。

信頼

社会貢献、社会還元が皆のできるグループであること。

美しさへの正しい知識

1. 石油系化粧品・日用品を止める
2. 紫外線から素肌を守る
3. 素肌を清潔にする
4. 血行促進・新陳代謝

ユリケングループ今後のセミナー日程

- 4月11日(土) 目黒
ベーシック&メイク
- 4月20日(月) 目黒
オリエンテーション
- 5月17日(日) 目黒
オリエンテーション
- 5月27日(水) 目黒
ベーシック&メイク
- 6月9日(火) 名古屋
ベーシック&メイク
- 6月14日(日) 目黒
ベーシック&メイク

シナリー製品のブランド紹介

シナリーから発売されている製品には幾つかのブランドがあります。それぞれの特徴をご紹介します。

Sinary シナリー



シナリー誕生と同時に発売されたブランド。シナリーの原点とも言える製品群。

Parfume du monde 100% 脱石油 パルファン



アロマの考え方を取り入れた「空間の香」美容と健康にお役立て頂けることを目的にスタート。熱狂的なファンが多く、愛用者からは驚くべき体験談が多数寄せられています

Sinoise 100% 脱石油 シノワーズ



シナリーらしさを追求して誕生したシリーズ。現在のシノワーズは2世代目にあたり、顔の美容を中心に100%脱石油と、こだわり抜いた処方です。シナリーの中核をなしています。

La vraie Couleur ラブレクルール



ルージュの1部を除き100%脱石油を達成した、つけていた方がスキンケアになる自慢の最新トップメイクシリーズ。

Kamil 100% 脱石油 カミル



100%脱石油を達成した製品をヘアケアブランドとして独立。コシのある艶やかな髪を育てます。セット系のアイテムも揃えました。

redical 100% 脱石油 レディカル



100%脱石油での染毛剤製品化により成功。染毛料として発売するためにシナリーとして唯一の薬用ブランドを創設しました。

ECOL 100% 脱石油 エコル



家族みんなでお使いいただける製品群をエコルというブランドで展開しています。どちらかといえば日用品を中心に100%脱石油を実現しました。

Sebre セブレ



天然成分だけで作ることが難しく、必要最低限の合成成分を使用した製品であることをお客様にわかりやすくするためにセブレブランドとして区分けした製品。

※ 全身にわたって家族みんなを守っていきます



こんな時どうしますか？

シナリーが良いのは良くわかりました。そして始めるなら全部揃えないと無意味なことも。ぜひ使ってみたいのですが、全部を揃える予算がありません。どうしたらいいですか？

シナリーはトータルでお使いいただくことで最大のチカラを発揮する。でもスタート時に全てを切り替えることが難しい方もいらっしゃるよね。こんな時こそ担当アドバイザーとしての腕の見せどころ。その方の時間と予算をどれだけ無駄にせず、きれいになっていただく道を提案できるでしょうか美しくなるための4つの条件は、

- 1.石油系化粧品や日用品をやめる。
- 2.紫外線から素肌を守る。
- 3.素肌を清潔にする。
- 4.血行促進・新陳代謝。

1番は止めるだけですからコストは掛かりません。2番と3番はアイテムが必要でしょう。4番も予算の

範囲で提案してみましょう。必要最低限からスタートと考えれば案外何とかできるのではないのでしょうか？そこから始めて翌月にはこれとこれを、翌々月にはこれといった具合に道筋を立てて差し上げたら如何でしょうか？サンプルを上手に組み合わせたり、ご家族や姉妹と一緒にスタートして分け合った・・・など他にも様々なアイデアを提案してスタートのお手伝いをしているベテランアドバイザーさんもたくさんいます。

一度に全部揃えられなければシナリーを始める意味がないのではなく、混ぜずに始める事がポイント。既存の物を止めるのにお金は掛かりませんよね?!



コラム Kenのひとりごと

原因は自分の中にある

東北地方に行くと多くの商店に『仙台四郎』という経営の神様の写真が飾られています。江戸時代末から明治時代にかけて、現在の宮城県仙台市に実在した人物です。幼い頃の病気（諸説あり）で知的障害となり、ほとんど話すことができませんでしたが、不思議と四郎が訪れる店は繁盛すると評判になり、存命中から各地でもてなされました。没後、商売繁盛のご利益がある福の神としてその写真が飾られるようになったそうです。しかし、彼の存命中の記録を調べてみますと、彼は無邪気にいろいろなお店に立ち寄っては店先の掃除を手



伝ったり、水撒きをしたりしたようですが、その行為を見て、彼をすぐに追い払う店には次第に通わなくなり、彼の行動を自由に受け入れてくれる店には足しげく通ったようです。これは単純に彼が福の神というだけではなく、“どんなお客様でも受け入れる寛容な店”は繁盛し“お客様を選び好みする店”はおのずと廃れていったという事ではないのでしょうか。

私たちも「売れない」原因を“不景気だから”とか“相手の理解が悪いから”とか“自分の名前が悪いから”としてしまうことが多くないですか？しかし、常に自分を省みることができなければ進歩も成長もありません。形ばかり仙台四郎の写真を飾っても決して商売は繁盛しないのです。常に原因は自分の中にあるものなのです。



<編集後記>

今年は沖縄のヒルトン沖縄北谷リゾートで開催されたHPC研修。参加した320名の仲間達と共に過ごした濃密な時間。HPCは「どこへ行くか」ではなく「誰と行くか」が何より重要なんだと感じました。写真はホテルのプールサイドにて。



ユリケンG事務局

東京都板橋区大山町40-4
泉ビル3F
TEL 03-3958-7661