

AROMACORP

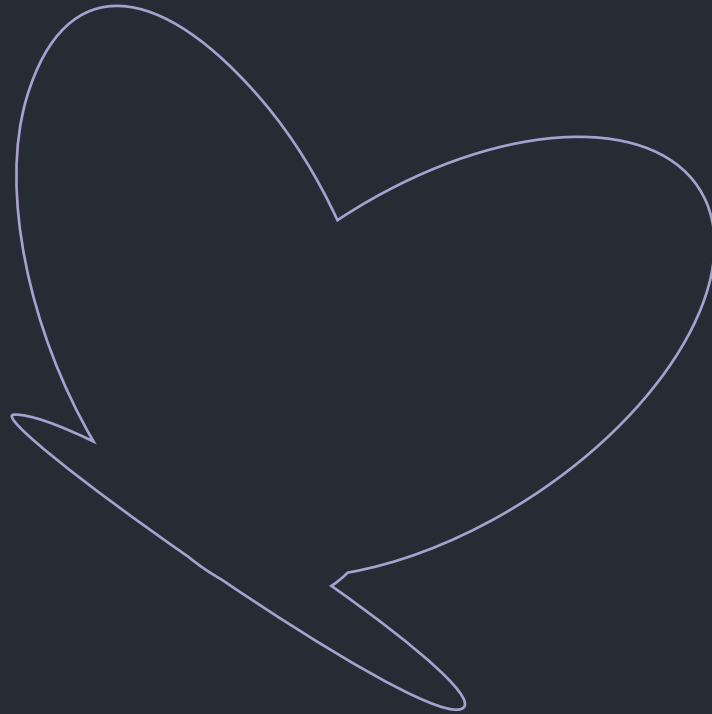


by
AIR
by Proffice

PremiumScenting
Sklepy / Salony sprzedaży

Part of

**Rentokil
Initial**



AromaCorp

ul. Woronicza 31/78
02-640 Warszawa

tel.: (22) 266-0-366

e-mail: aromacorp@aromacorp.pl

W AromaCorp doskonale
rozumiemy, jak ważne
dla Twojej marki jest
wyróżnienie się na rynku.
Opracowaliśmy nowe,
rewolucyjne rozwiązanie,
dzięki któremu łatwiej
osiągniesz ten cel.





Zapach jest w stanie
wzmocnić pozytywne
doznania konsumentów
i ściślej związać
ich z Twoją marką.

Poznaj marketing zapachowy

Aromamarketing (marketing zapachowy) to innowacyjna metoda budowania wizerunku marki, polegająca na wzmocnieniu pozytywnych wrażeń klienta w punkcie handlowym poprzez świadome rozpylanie odpowiednio dobranych kompozycji zapachowych.

Marketing zapachowy tworzy wyjątkową i komfortową atmosferę w miejscu prezentacji towarów i usług, co przekłada się na wzrost sprzedaży i większą rozpoznawalność marki.

Wyróżnij się spośród konkurencji!

W dzisiejszym przesyconym różnorodnymi bodźcami świecie coraz trudniej jest przyciągnąć uwagę klienta za pomocą dźwięków lub obrazów. Aromamarketing wykorzystuje wrażliwy, a zarazem bardzo silnie oddziałujący na świadomość zmysł węchu, budując nowy wymiar Twojej marki.

Zapachy są dobierane tak, aby dopełniały wizerunek Twojej marki i wpływały pozytywnie na wrażenia klienta odwiedzającego konkretny punkt handlowy. Przyjemny zapach jest podświadomie kojarzony przez klientów z daną marką.





75%

naszych codziennych
odczuć jest
wywoływanych
zapachami

Zadowolony klient spędza w sklepie więcej czasu!

Dzisiejsza konkurencja daje konsumentom szerokie możliwości wyboru, a dzięki mediom społecznościowym mogą oni swobodnie wyrażać własne opinie. Miłe otoczenie skutkuje pozytywną rekomendacją, umacnia Twoją reputację i przekłada się na częstsze odwiedziny, natomiast nieprzyjemne doznania zapachowe mogą skierować klienta wprost do konkurencji.

Niezależne badania prowadzone na całym świecie potwierdzają, iż odpowiednie aromatyzowanie wnętrza podnosi poczucie komfortu odwiedzających. Dzięki temu spędzają oni w sklepie więcej czasu – i więcej wydają. Zastosowanie rozwiązań marketingu zapachowego przekłada się na poprawę nastroju klientów Twojego sklepu lub salonu sprzedaży.

Odpowiedni zapach wpływa na decyzje konsumenta i skłania go do zakupu.

Siła marketingu zapachowego

Węch jest najsilniejszym ludzkim zmysłem. 75% naszych codziennych emocji wywołanych jest przez bodźce zapachowe. Wrażenia zapamiętane dzięki zapachowi są silniej nacechowane emocjonalnie od tych wywołanych przez słuch czy bodźce wzrokowe. Zapachy mogą być wspaniałą wskazówką pamięciową oraz nośnikiem silnych doznań.

Neutralizacja zapachów

Zdajemy sobie również sprawę z potrzeby neutralizacji nieprzyjemnych zapachów w zatłoczonych i często odwiedzanych miejscach. Aromamarketing pozwala skutecznie pozbyć się niechcianych aromatów.





40%

klientów pozostaje dłużej
w pomieszczeniu o miłym
zapachu

Węch to najpotężniejszy ludzki zmysł

Wszyscy wiemy, jak miłe skojarzenia budzą w nas przyjemne aromaty, np. zapach świeżo upieczonego chleba. Przeprowadzono nawet badanie potwierdzające, iż pod wpływem tego zapachu respondenci są bardziej skłonni do udzielania pomocy*.

Z drugiej strony wiemy, jak bardzo może nas zrazić nieprzyjemny zapach.

Aromatyzacja działa na zmysły w sposób niemal niezauważalny. Zapach związany z Twoją marką powinien dotrzeć wraz z wybranym komunikatem do odpowiedniej grupy docelowej – kobiet, mężczyzn, osób młodych lub dojrzałych. Dlatego też musi być świadomie dobrany.

Co oznacza „odpowiednio” dobrany zapach?

Oto prosty przykład: rozpylenie zapachów kojarzących się z latem w otoczeniu artykułów związanych z Bożym Narodzeniem może wywołać u konsumenta podświadomy niepokój, przez co skróci on wizytę w sklepie. Skuteczny zapach to taki, który jest świadomie dobrany, pasujący do przekazu marki i wywołujący konkretne wrażenia, które udzielają się klientowi. Badania jednoznacznie dowodzą, iż świadomie dobrany zapach wpływa na zwiększenie sprzedaży. Inne badanie, przeprowadzone w księgarni, dowiodło, iż wiek kupującego ma wpływ na odbiór zapachu. Okazało się, że dzieciom lepiej kojarzy się zapach pomarańczy, zaś osobom dorosłym – grejpfruta**.

* Uniwersytet Południowej Bretanii, Francja, „Journal of Social Psychology”

** Northwestern University, Feinberg School of Medicine, Illinois, USA, autor: Jasmin Raidoo





Zwiększenie sprzedaży
już o 1% gwarantuje
zwrot z inwestycji

Zapach sukcesu

Marketing zapachowy może przyczynić się do wzrostu sprzedaży nawet o 40%. Współpracujemy z firmami z całego świata, od małych sklepików, przez wielkopowierzchniowe markety, aż po centra handlowe. Siłą marek naszych klientów jest kojarzony z nimi zapach. Jesteśmy pewni, że rozpoznasz go, zanim jeszcze ujrzysz logo firmy.

Zapach a cena

Zapach oddziałuje na klientów na wiele sposobów: spędzają w sklepie więcej czasu, oglądają więcej artykułów i są gotowi zapłacić za nie wyższą cenę. Badania dowiodły, że w odpowiednio aromatyzowanym wnętrzu wszyscy klienci wycenili wartość pary butów o 10 dolarów wyżej, niż wynosiła ich cena rzeczywista***.

100%

respondentów znajdujących się w odpowiednio aromatyzowanym pomieszczeniu wyceniło wartość pary butów o 10 dolarów wyżej niż wynosiła cena rzeczywista***

Udowodniono, że aromatyzowanie pomieszczeń ma wpływ na decyzje klientów



Miej wpływ na decyzje klientów

Według dyrektora sprzedaży jednej z wiodących marek luksusowych samochodów podjęcie decyzji o zakupie zajmuje około godziny i 43 minut. Bardzo ważne jest więc zapewnienie klientowi spokojnej i przyjaznej atmosfery.

Dzięki zastosowaniu rozwiązań marketingu zapachowego klient jest odprężony, a stres związany z decyzją o zakupie produktu o wysokiej wartości jest znacznie niższy.

Poczucie komfortu

Aromamarketing może być wykorzystany nie tylko podczas nabywania produktów, ale także przy zakupie usług, na przykład bankowych. Jak wiemy, w punktach obsługi klienta nierzadko tworzą się kolejki.

Czekający klienci łatwo się irytują, ale udowodniono, że odpowiedni zapach skutecznie ich uspokaja. Eksperyment przeprowadzony w urzędzie pocztowym we Francji pokazał, że klienci znajdujący się w aromatyzowanym pomieszczeniu mieli wrażenie, iż zostali lepiej obsłużeni, a czas oczekiwania na realizację usługi był krótszy.

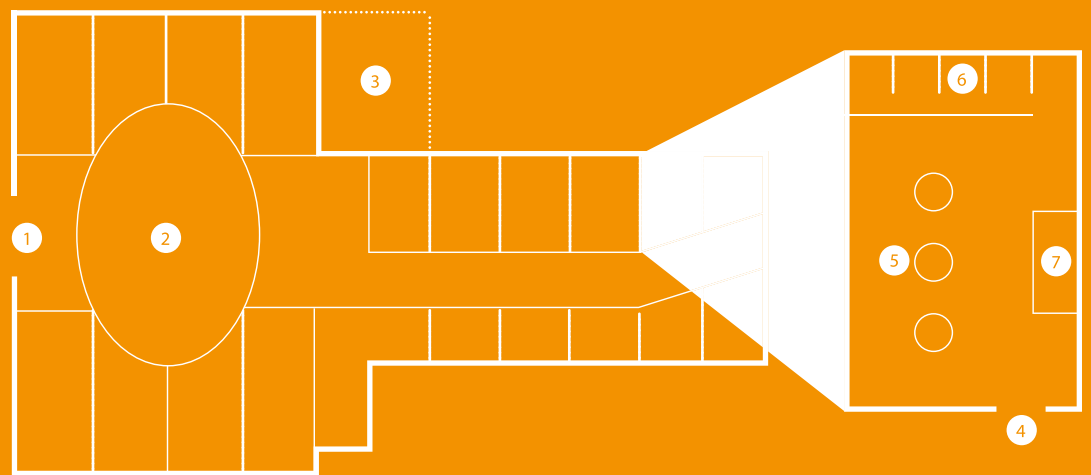
Które obszary warto aromatyzować?

Proponujemy różne rozwiązania w zależności od specyfiki danej przestrzeni handlowej. Jeśli zapach ma zawierać tylko jeden, konkretny przekaz, prawdopodobnie można zastosować go w obrębie całego sklepu.

Niemniej w przypadku dużych centrów handlowych czy hipermarketów z wydzielonymi stoiskami lepszym rozwiązaniem jest rozpylenie aromatu punktowo, co pozwala uniknąć dysharmonii. Aromatyzację najlepiej jest zastosować tam, gdzie będzie miała potencjalnie najsilniejszy wpływ na konsumenta. Aromat można rozpylić także w miejscach, w których niepożądany zapach może negatywnie oddziaływać na kupujących, np. w toaletach czy przymierzalniach.

Nasi konsultanci chętnie pomogą Ci w wyborze odpowiedniego poziomu nasycenia zapachu oraz optymalnej częstotliwości jego rozpylenia, tak aby zapewnić pełen komfort zarówno Twoim klientom, jak i pracownikom.

Aromatyzuj przestrzenie o kluczowym znaczeniu



Plan centrum handlowego

Plan przestrzeni handlowej

1 Wejście główne

Zachęć klientów do zakupu już od progu

2 Towary luksusowe

Zwróć uwagę Klienta na produkty Premium

3 Toalety

Neutralizuj nieprzyjemne zapachy mogące wywołać nieprzyjemne wrażenie

4 Wejście do sklepu

Zachęć kupujących do wejścia do sklepu, roztaczając zapach już w pasażu

5 Przestrzeń sklepową

Zadbaj o odprężenie kupujących - zostaną w sklepie dłużej i będą bardziej skłonni do większych zakupów

6 Przymierzalnie

Zadbaj o pozytywną atmosferę w miejscu, w którym zapada decyzja o zakupie.

7 Kasy

Uprzejmij czas oczekiwania w kolejce, aby zapobiec rezygnacji z zakupu w ostatniej chwili



Dobór zapachu do marki

Idealnie dopasujemy zapach do Twojej marki.
Nasi konsultanci dobiorą odpowiedni aromat, który precyzyjnie odda jej przekaz.

Możesz też skorzystać z usług kreatora zapachów,
który skomponuje specjalnie dla Ciebie nowy, unikalny aromat*.

Możesz również wprowadzić skomponowany zapach do oferty
Twojego sklepu, by umożliwić klientom korzystanie z niego
w domu. Chętnie pomożemy Ci w opracowaniu odpowiednich
strategii sprzedażowych. Możemy stworzyć także zapach specjalny,
kojarzący się na przykład z atmosferą Świąt Bożego Narodzenia.

*W sprawie szczegółów skontaktuj się z naszym konsultantem.

Zaawansowana technologia

Nasze dyfuzory zapewniają równomierne rozpylenie i rozprowadzenie zapachu. Cząsteczki aromatu są 125 tysięcy razy lżejsze od kropli zwykłego aerozolu, przez co dłużej unoszą się w powietrzu.

Krople tradycyjnych środków zapachowych, takich jak kobiece perfumy czy zwykłe odświeżacze powietrza, są znacznie cięższe, dlatego też szybko opadają na podłoże, nierównomiernie rozprowadzają zapach i pozostawiają mokre ślady.

Cząsteczki zapachu utrzymują się w powietrzu nawet do

16 godzin

Tradycyjne odświeżacze



Szybko opadają

Nierównomiernie rozprowadzają zapach

Pozostawiają mokre ślady

Są ciężkie

Technologia AromaCorp



Są niczym sucha mgiełka, długo utrzymują się w powietrzu

Równomiernie rozprowadzają zapach

Nie pozostawiają mokrych śladów

Są wydajne w użyciu i bardzo lekkie

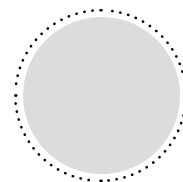


Profesjonalne doradztwo i serwis

Oferujemy kompleksowe usługi aromamarketingowe w modelu abonamentowym. Zbadamy przepływ powietrza i dokładnie zmierzmy kubaturę pomieszczenia, uwzględniając stosowany przez Ciebie system wentylacji. Do badań wykorzystamy specjalistyczne narzędzia diagnostyczne, które zapewnią wybór najlepszej jednostki, poziomu aromatyzacji i częstotliwości rozpylenia. Możesz być też pewien, że opracowana metoda zapewni Ci maksymalną wydajność kosztową.

Bezpieczeństwo i ekologia

Marketing zapachowy w wykonaniu AromaCorp jest bezpieczny i przyjazny dla środowiska. Cząsteczki zapachów są bardzo lekkie i pozostają w powietrzu dłużej niż jakikolwiek inny roztwór. Do nasycenia danej przestrzeni zużywamy niewielką ilość aromatu. Cząsteczki mają średnicę jednego mikrona, czyli pięćdziesiąt razy mniejszą niż średnica ludzkiego włosa. Wszystkie składniki zostały starannie przebadane i posiadają odpowiednie atesty potwierdzające ich nieszkodliwość dla człowieka. Wszystkie aromaty zostały przetestowane laboratoryjnie i spełniają wymogi bezpieczeństwa wyznaczone przez UE, IFRA oraz SDS. Każdy zapach posiada indywidualny atest.



— Średnica ludzkiego
włosa

⊙ — Średnica cząsteczki zapachu
stosowanego przez AromaCorp

Aromamarketing przynosi realne zyski

W obliczu silnej konkurencji oraz coraz większej świadomości konsumenckiej rozwiązanie aromamarketingowe AromaCorp korzystnie wpłyną na przywiązanie klientów do Twojej firmy, wizerunek marki oraz wysokość dochodów.

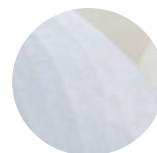
Relaksująca i przyjemna atmosfera sprawia, że klienci:

Pozostają
u Ciebie
dłużej

Wydają
więcej

Polecają
Twoją markę
innym

Częściej
powracają
do sklepu



Sukces naszej metody

Centra handlowe na całym świecie


Współpracujemy z dużymi sieciami handlowymi w Polsce, Francji, Hiszpanii, Wlk. Brytanii i USA, pomagając im budować satysfakcję konsumentów i przyciągać do siebie topowe marki. Nasi klienci zazwyczaj wybierają zapachy kojarzące się z czystością i świeżością, wysoką jakością, a także poczuciem spokoju i odprężenia.

Badania firm zarządzających przestrzeniami biurowymi wykazują, że wrażenia klientów są bardziej pozytywne, gdy pomieszczenie nie tylko czysto wygląda, ale także świeżo pachnie.

Współpracujemy z wieloma markami o globalnym zasięgu, pomagając im wypromować własne kompozycje zapachowe. Firmy te zanotowały wzrost sprzedaży poszczególnych zapachów nawet o 65%.

Przedsiębiorstwa na całym świecie wybierają nas, ponieważ dzięki naszemu wsparciu ich klienci dłużej przebywają w punkcie handlowym, co bezpośrednio przekłada się na wzrost sprzedaży.

Naszymi klientami są zarówno pojedyncze sklepy, jak i globalne sieci handlowe, poczynając od Hong Kongu i Singapuru, poprzez USA, po Wielką Brytanię, Polskę i inne kraje europejskie. Bez względu na wielkość placówki, wspólnie pracujemy nad wzrostem sprzedaży i budowaniem rozpoznawalności marki.



Aromamarketing
wzmacnia pozytywne
wrażenia
konsumentów



Part of
**Rentokil
Initial**

Gwarancja jakości

Naszym celem jest świadczenie usług marketingu zapachowego na najwyższym poziomie.

Dlaczego warto wybrać AromaCorp?

Jesteśmy przekonani, że Twoja marka jest ważna. Do każdego projektu podchodzimy indywidualnie, pomagamy osiągać wyznaczone przez Ciebie cele. Zadowolenie naszych Partnerów i ich Klientów przynosi nam największą satysfakcję.

**Więcej informacji znajdziesz na stronie
www.aromacorp.pl**