

Повышение продаж методами

# Аромамаркетинга



# Что такое аромамаркетинг и аромадизайн?

- Аромамаркетинг - направление маркетинга, основывающееся на использовании различных запахов и ароматов с целью стимулирования продаж, продвижения товара на рынке и благоприятного влияния на покупателя.
- Аромадизайн (инструмент аромамаркетинга) - вид профессиональной деятельности, возникший на стыке дизайна интерьеров, профессиональной ароматерапии и маркетинга; представляет собой целый комплекс мероприятий, создающий специальную ароматическую атмосферу, стимулирующую те или иные эмоции человека.



# Развитие аромамаркетинга



- **Аромамаркетинг начал активно развиваться с начала 90х - с появлением первого профессионального оборудования - приобретаю особую популярность в Америке. Для многих западных компаний аромадизайн торгового зала - настолько же необходимый элемент, как и, к примеру, дизайн интерьера, и вопрос о его необходимости обсуждению не подлежит. Несмотря на то, что в России аромамаркетинг – очень молодое направление, оно активно развивается на отечественном рынке товаров и услуг.**

# Какие направления аромаркетинга существуют?

1. Ароматизация помещения / пространства.
2. Аромадизайн помещения / пространств.
3. Аромаклининг ("нейтрализация").
4. Сезонная ароматизация.
5. Ароматизация мероприятий ("разовая").
6. Аромабрендрование.
7. Аромаполиграфия.
8. Аромасувениры



# В каких сферах торговли он применяется?



# Для чего нужен аромаркетинг?



1. Выделиться среди конкурентов;
2. Подчеркнуть стиль, имидж и статус заведения;
3. Создать праздничную атмосферу для покупателей (исключить «рутинность» покупки);
4. Увеличить объем продаж;
5. Улучшить восприятие клиентом качества предлагаемых товаров и услуг;
6. Акцентировать определенный сегмент товаров;
7. Стимулировать импульсные покупки;
8. Стимулировать повторное посещение (торговых) точек;
9. Мотивировать персонал, повысить работоспособность, внимание, точность;
10. Решить проблему (если она существует) естественных неприятных запахов

# ЗАПАХ

на основании *личного опыта* человека, моментально вызывает ассоциации, которые запускают сложный механизм реакций...

Эмоции, Образы и Переживания

Поведение:

!!! УВЕЛИЧЕНИЕ ВРЕМЕНИ ПРЕБЫВАНИЯ В ТОЧКАХ ПРОДАЖИ !!!  
!!! ПОВЫШЕННОЕ ВНИМАНИЕ К ТОВАРУ !!!  
!!! БОЛЬШОЙ ИНТЕРЕС К ТОЧКЕ ПРОДАЖИ !!!  
!!! ЗАПОМИНАНИЕ МАРКИ !!!  
!!! ЖЕЛАНИЕ ПОСЕТИТЬ ТОЧКУ ЕЩЁ РАЗ !!!

**КРАТКОСРОЧНЫЕ ЭФФЕКТЫ**

**ДЛЯ КОМПАНИИ**

Увеличение  
«среднего чека»  
покупки

Увеличение  
количества  
импульсных  
покупок

Повышение  
оценки  
потребителем  
качества услуг

**ДОЛГОСРОЧНЫЕ ЭФФЕКТЫ**

**ДЛЯ КОМПАНИИ**

Повышение  
ЛОЯЛЬНОСТИ  
к бренду

Позитивный  
образ бренда:  
ярче ИМИДЖ,  
выше СТАТУС.

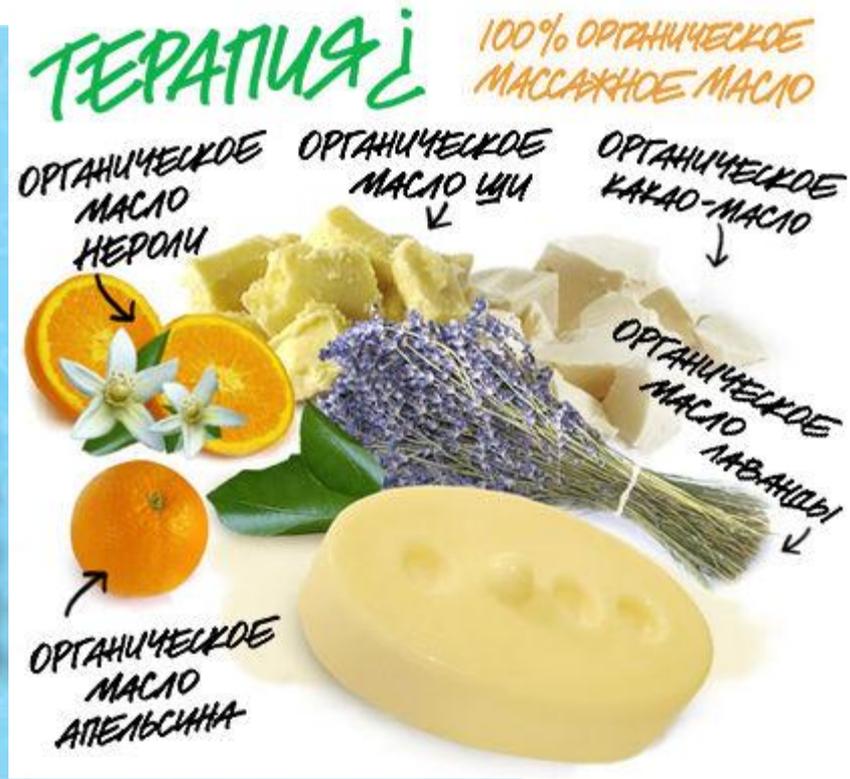
Повышение  
Дохода



Body Shop



Для душа и души

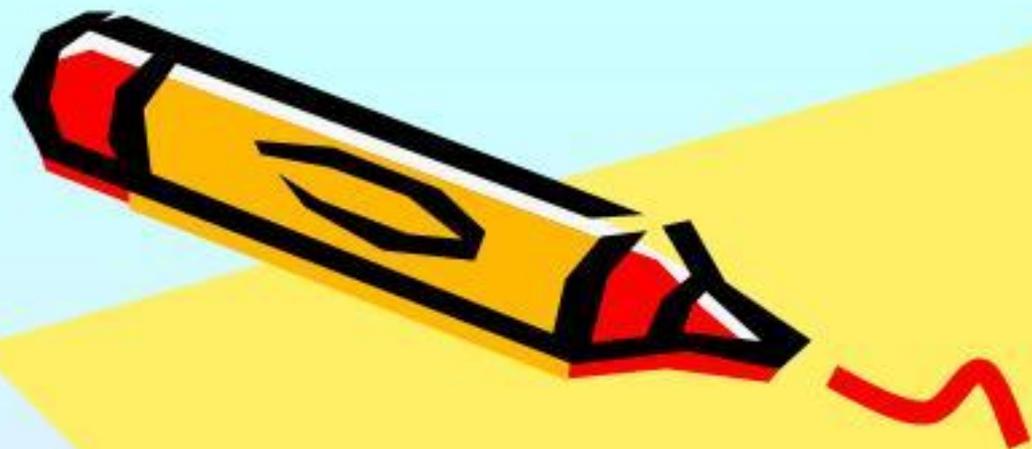


Lush

# Эффективность аромамаркетинга

- В магазинах, где во время новогодних распродаж распыляли ароматы хвои и мандаринов, объем продаж вырос на 22%
- Аромамаркетинг был опробован в парижском «Холидей Инн» и рекомендован для дальнейшего распространения во всех отелях сети по всему миру. Проведенные исследования показали, что аромат болгарской розы вызывает несравнимое ощущение уюта. Благодаря ароматизации повторная посещаемость клиентов увеличилась на 17-23%.
- В японских компаниях в определенные часы, когда естественным образом падает работоспособность, в помещение подаются ароматические вещества. Повышение производительности -на 50%. Снижение количества ошибок – на 20%.
- В США для продаж попкорна возле касс кино распыляют аромат попкорна. Продажи попкорна возрастают на 30-60%.
- Ароматы клубники и ванили на АЗС США и Европы увеличили число покупок на 18-27%.
- Ароматы ванили, кофе, выпечки в сегменте HoReCa





СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ =)

