

Повышение продаж методами

Аромаркетинга



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 =)

