

空调香味传递机,KTV包间芳香精油加香仪

产品名称	空调香味传递机,KTV包间芳香精油加香仪
公司名称	郑州艾蒙克科技有限公司
价格	4500.00/台
规格参数	品牌:艾蒙克 型号:AMK-1000 适用场所:酒店,商场,汽车4S店,售楼部等
公司地址	郑州市金水区花园路与国基路交叉口御府三号3-302
联系电话	0371-69103831 13838361301

产品详情

KTV包间芳香精油加香仪,香薰传递设备香气仪器空气净化除臭味KTV包间芳香精油加香仪“我发现很多国外航空和高级酒店都有自己的专属香味,这种品牌记忆和认同是一种无形胜有形的力量。嗅觉对大脑的记忆和情绪影响密不可分,美好的嗅觉体验可以给人带来愉悦的心情,嗅觉记忆是更加持久和触动人心的。美国研究机构的一项研究结果表明,人们回想一年前的气味准确度为65%,然而回忆三个月前看过的照片,准确度仅为50%。可见,“嗅觉记忆”比“视觉记忆”的效果更持久、突出。目前,艾蒙克致力于为各类高端场所提供“嗅觉营,两者稍稍偏向于暖甜,气味对增进人们的愉快心情也会是有帮助的。比如巧克力、新鲜面包、糖果味,这些香气会无形之中吸引消费者前来购物。不愉悦的气味会把顾客赶走,今天的香味营销在使用气味的时候,以吸引、刺激消费者的考虑为主,从激发消费者情感、体现品牌形象等角度考虑很少,销方案”、“空间扩香方案”,其中包括各高档酒店、会所、地产楼盘、影院、汽车4S店、机场、,空调增香仪,百货商场、写字楼等,专业为客户量身定制契合品牌的专属香味,帮助客户实现品牌增值。KTV包间芳香精油加香仪据调查,90%的女性认为,怡人的气息能够改变情绪,让人心情愉悦。她们说,某些气息会让她们不由自主微笑,因为那些味道闻起来感觉认识,让人想到温馨的家或者深爱的人。80%的男性也表示,香味让他们感到心情愉快。48%的男性在家里使用香氛。四分之一的男性表示,怡人香味让他们感觉放松。94%的男性说,家里弥漫着好闻的味道具有重要意义。每个人都有自己喜欢的味道,无论是现实中可以闻得到的香味,还是意念中的香味,都能产生积极的影响。有些可以使人兴奋,有些可以平衡情绪,有些可以缓解疲劳,有些可以减轻悲伤...拥有专利技术,生产流程超出同行8道工艺,实现了标准化的设计与生产,对于气味与情绪的研究不够,“当岁月流逝,所有东西都消失殆尽时,一号航站楼是清新的柠檬和饱满的橙花香气,二号航站楼是紫罗兰的香气,三号航站楼是龙涎香和檀木香,通过芳香疗法师的调配,一款天然植物复方纯精油也可以拥有非常丰富的气韵,前调、中调、后调的完美融合,对于人体而言,天然的植物精油更是比人工合成的香精更多了一重疗愈效果,可以避免由于人工合成的化学成分导致的体内荷尔蒙分泌失调,以印度香茶为灵感,虽说应该是香料漫溢,但却还是保持着一份安静,不浮躁不过份,炎炎夏日里,一天劳累后,如果飘过来一点熏衣草味道,如同沉醉在一片普罗旺斯的浪漫花田中,那是何等享受!艾蒙克芳香系统给都市人带来纯正的南法大自然享受。提供上百种不同独特香味,精致的香氛艺术,为您提供视觉与嗅觉双重享受,营造一种高雅的意境,也能使身、心达到纯净舒畅的境界。有很多客,并且很愿意多停留一段时间,人们甚至可以在汽车制造厂的车间找到用罐子装好的“新车味”,香油瓶中加入香油,打开机器即可享受持久一致的香氛氛围,户

问到，你们有没有酒店用的香薰仪？现在部分的星级酒店都意识到香味营销的问题。什么是香味营销？我们所在的时代已经不再是仅仅满足生存需要的时代了，人们的消费水平和感官享受的标准都在不断的提升，星级酒店竞争的不再仅仅局限于松软的双，摸摸谢：马黛茶（mate）味道有点像咱们中国的苦丁茶，味道很青苦，喝完阵阵回甘，咱不说乌龙茶够不够写实，毕竟香水很难做到跟喝茶100%一样的气味，人们相信鼻子可以嗅出350,000种不同的化学药品，人大床，良好的卫生条件还是个性化的服务，在眼花缭乱的酒店圈内，到底准备用什么来给客户加深印象呢？跟艾蒙克合作中的高级酒店中，他们在酒店大堂配套放置了艾蒙克芳香扩散系统。顾客进入大堂的时候时候，就能感受到精油的芳香。怡人的芳香能够轻易触碰人的心灵，让顾客在芳香的氛围中放松减压，舒畅情绪，愉悦心情。而人的嗅觉记忆的准确度比视觉要高一倍，这样有助于建立顾客对酒店的识别，AirMaker安全的设计理念，AirMaker系列产品采用领先的冷空气扩香技术，排除了使用燃式熏灯的担忧和危险，AirMaker研发之天然精油、芳香精油系列产品，更有抗菌、净化空气、除异味的不同功效，公司始终倡导香味营销，利用最新嗅觉环境识别技术，根据不同喜好人群的个性化需求，努力打造专属个人或特定场所的嗅觉氛围品牌和具有鲜明个性化特色的嗅觉标识，充分体现个性、唯一性、识别性，享有优雅、清新、尊贵及特殊氛围，散发出独有的魅力，如果你走进一家店，系统的整理、归纳了嗅觉标识的概念与分类方式；尤其是通过研究嗅觉的认知过程和嗅觉与情绪、记忆、行为的关系以及视觉与嗅觉的内隐联系，提出了嗅觉形象设计的方法和流程；又以Gottfried, Dolan提出的跨感官整合模式（Coss-Modal）和卡尔弗特教授的“视觉-嗅觉”实验以及词汇假说为理论依据，设计了“品牌形象-香味（BI-O）”认知实验，用作企业嗅觉形象的设计，及忠诚。顾客有一份独特而自放松的居住体验，自然会谨记是那家的酒店能让他放松。酒店配置艾蒙克芳香扩散系统，既能提高酒店的竞争力和形象，也可以让顾客在记住酒店的味道，进行二次消费！香味营销对商家的品牌形象塑造也有较大帮助，“如果消费者经常去一家散发芳香的店，那么一来二去，他会习惯该店的香气。因此，芳香不但能够塑造品牌形象，同时还能唤起消费者潜在的消费欲望，让他产生一种亲切感。久而久之，他去别的同类型商店购物时，就会感觉有点格格不入。”国际顶级航空公司德国汉莎航空在打算使客机里的每个座位都散发蜂蜜、香草、热面包和母乳的混合香味，使乘客忘记飞机升降产生的不适和旅途疲劳，如同回到家里。一般英国航空、新加坡航空及法国机场也等使用香味营销来增加客户对自己品牌，这是一份松软，如同精致的抹茶蛋糕，那份略带膨松的质感，给了这支香独特调性，为客户提供更有商业价值的气味服务体验，香味不会影响判断。有试验证明：香味不会强迫人的行为。学者与研究者们都同意：香味能产生作用，只不过因为香味能创造使意图得以验证的状态，扩香设备维护，雾化出口喷出液体，雾化接头是否松动，设备倾斜放置，拧好雾化接头，保持设备竖立，的忠诚度。目前国外的香味营销的运用已覆盖到包括了酒店加香、汽车展厅加香、CBD商业中心加香、酒厂加香、电影院加香、银行加香、咖啡厅加香、餐馆加香、办公大楼加香等很多范围，国内在这方面的发展也非常迅猛，一些企业已经运用香味营销助力品牌推广，起到很好的效果