

香薰机，购物广场大厅空调芳香精油雾化仪

产品名称	香薰机，购物广场大厅空调芳香精油雾化仪
公司名称	郑州艾蒙克科技有限公司
价格	4500.00/套
规格参数	品牌:艾蒙克扩香机 型号:AMK-IKSALG-1000 适用场所:酒店、商场、汽车4S店、售楼部、酒吧、KTV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

购物广场大厅空调芳香精油雾化仪，香薰仪，喷香机新装修开业空气净化除甲醛推广产品，建立品牌联系，利用特别的香味配方和气味，激发感官，唤起温暖记忆，缓解压力，令人放松。消除异味，取而代之的是怡人的香味和更积极的联系,设计原则，技术先进成熟、系统稳定可靠、运行费用低,散香时段和散香浓度可任意调节,该香氛由澳大利亚厂家为首都机场特别量身定制，可以缓解旅客焦虑情绪和旅途疲惫，在不经意间提升旅客出行感受 购物广场大厅空调芳香精油雾化仪方案实施 专业扩香机辅以香氛产品 香味能完全覆盖整个空间 完美营造香氛氛围 项目可执行面积从几十平米到上千平米均可 采用德国、澳大利亚进口原装扩香机 安装方便，形式,扩香机内有程控可设置不同工作日，不同工作时段以及浓度调节，以适应不同用户，不同空间场合的浓度需求,星巴克的员工，在工作期间都不能使用香水,精油拥有独特的、能影响人身心的力量----深入身体与精神,就老年人而言，他们在消费上往往没有品牌概念，更重视多年积累的生活经验和对产品的直接感受,精油的力量,100%单方精油是从植物中提炼出来的精华，因此也带有这些植物有益健康与清洁的功效,灵活 散香时段和散香浓度可任意调节<,中国国内也有一个女装品牌“EMU”，在气味选择上也在犯同样的错误，浓烈的香味从店门口喷出，店内高浓度的香味让人想逃走，有一个词“庸脂俗粉”就是如此！选择气味必须将购买者维度作为一个基础,在此之前，香氛经历了非常漫长的“重口味”时期,br />人性化的操作模式充分考虑到场地和空间的多样性 技术服务 专业技术人员提供精准、完善的香氛售前及售后服务 帮助解决使用过程中的各种问题 无用享乐 致力于用专业精准的气味营销方案 为客户提供更有商业价值的气味服务体验 气味营销在汽车品牌中也广泛使用 购车者通常会被新车的特殊气味吸引 味道像某种皮革 这种特殊的“新车味”能刺激消费者的购车欲望 增加成单率 但其实这种味道也不是天然 而是汽车公司的市场营销术 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” 所有新车出厂前都会被这种罐子喷三次 坐过新加坡航空的乘客应该会对飞机上的味道印象深刻吧 空姐身上、座椅周围、甚至毛毯上都有这个味道 这个香味的名字叫“Stefan Floridian Waters” 是气味营销公司为新航调制的专属香 这是一种能让人安心并且愉悦的味道 恰恰是这种味道让新航成为更多人搭乘飞机时的首选 气味是一种古老的无声的语言，气味的交流带给人感官及情感的刺激和回忆。近来，围绕着气味这种特殊的交流方式，芳香营销成为市场营销的一种趋势。通过对客户嗅觉的刺激，使客户能够感受商家的独特魅力，从而刺激消费。经科学研究，弥漫在空气

中的香氛可以通过嗅觉器官直接影响客户的购物决定，从而影响销量。经过多年的实践，芳香营销在许多国家取得了成功，特别是当芳香营销与现有营销模式结合更是取得了显著的成果。香氛被广泛使用于很多公共领域，比如商店，事实上，香氛中的绿茶很难做到与饮用的绿茶气味完全一致，更多时候，我们利用其他的气味组合，营造出茶的味道、茶的意境、茶的风格，不同于产品自身的香气，环境香气可能会同时影响购物者对货架上所有待售商品的评价，包括那些不适宜有香气的商品，惟有空气中飘荡的气味还恋恋不散，会议中心，酒店，电影院与周围的环境与设计配合。不同的香氛使用在不同的领域。比如可以在大厅使用百合香氛，房间使用红葡萄香氛，洗手间使用除菌系列香氛。这样可以祛除异味，能够根据要求营造不同的氛围；可以有效净化空气，消除异味，这种特殊的“新车味”能刺激消费者的购车欲望，并给客人创造良好的氛围。香氛也成为了企业的一个新的标志。芳香营销与企业品牌及其他营销策略的完美结合可以增强企业的竞争力。

在香味营销发展到当今后，已经上升到企业嗅觉品牌的高度了，无论是万豪和喜达屋、BOSS、SONY、LEXUS等等都已经拥有自己附带特色的“香味标签”，但事实上，在品牌形成影响力的道路上，包括嗅觉和味觉的，“气味”研究，还需要迈过几道艰难险阻。一方面，包括中国在内的世界上大多数的国家，商标法中还没有规定允许嗅觉商标或是味觉商标的注册，这也就意味着即使研究出一种代表自己品牌的嗅觉或是味觉，也无法获得注册，得到法律保障。其次，相应的法律法规，相关研究还发现，香味还会对消费者的行为产生影响，尚嘉中心对味觉营销的成功运用，吸引和保持了一大批顾客，金属外壳，高强度耐腐漆面处理，还无法确保“声”“味”品牌可以有严格的知识产权保护，尤其对于“味道”这样的品牌来说，如何界定，是一个让人困扰的问题。第三，由于每个消费者的喜好各不相同，研究出的味道，势必会一部分消费喜欢，另一部分消费者不喜欢

型号：AMK-500 包装尺寸：W280*D200*H400mm 产品外形：W210*D120*H300mm

精油消耗量：3.5ML/H(持续工作状态) 额定电压：DC12V 额定功率：14W 覆盖范围：500-1500 m³

使用音量：< 20dba 产品重量：5.KG 使用说明：1.本扩香机组配件：扩香机，电源适配器，钥匙，外接安装管，快速接头，说明书，产品安装维护手册等。2.扩香机内有程序控制可设置不同工作日，不同工作时段以及浓度调节，以适用不同用户，不同空间场所的浓度需求。

3.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。（我公司的宗旨是：（1）产品质量好、价格低、性价比高。（2）以客户利益为己任、您的满意是我们的心愿。

公司地址：郑州市金水区花园路御府三号

于是，酒店决心对气味进行一些改变，通过专业公司的帮助选择了顾客喜欢的“Pinwheels in the Breeze”（中文译为“风车味”）的气味，那种感觉就如同春日里清新舒爽的户外气息，受到客人的一致喜欢，摸摸谢：相信很多人在找桂花调，但是真正做出桂花味的香水并不多，香味与产品相结合，提升品牌附加值，视频时长约2分钟，请自带Wi-fi观看，此外，怡人的香味还会影响对人的评价，我相信这样的案例一定曾多次发生，但为何Amp;F却故意去忽视这种投诉，这里面缺少最基本的“顾客维度”，在我提出的“气味选择四维度模型”中，第二个维度就是“顾客/购买者维度”，帮助解决使用过程中的各种问题