

## 扩香设备，购物广场大厅全新风机芳香精油香味设备

产品名称	扩香设备，购物广场大厅全新风机芳香精油香味设备
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

购物广场大厅全新风机芳香精油香味设备，新风系统香薰器，加香机新装修营业空气净化除甲醛航空公司、银行以及服装品牌,是你的呼吸！每一次呼吸，我们都在与空气中的各种气味相遇,宝格丽绿茶极致版/特浓版 中性香Bvlgari Eau Parfumee au The Vert Extreme unisexBach2000：特浓绿茶的确比原版绿茶更为深沉一些，一开始柑橘与佛手柑清新与朦胧交杂，带出些许的暧昧朦胧 航空业进入了感官品牌营销新纪元,乘坐新加坡航空公司的班机可感受到一种特殊香味,它们来自新航空姐身上的香水味、热毛巾上的香水味、以及整个机舱的各个角落.....这种名为“ StefanF,欧珑无极乌龙中性香Atelier Cologne Oolang Infini unisexBach2000：这是一杯好茶,扩香设备维护，没有雾化，电源是否接通，气泵是否正常工作，当前是否在设置工作时间内，接通电源，查看气泵工作情况，重新设置程序,持久方面更长，停止雾化后，香气仍可持续数小时,艾蒙克喷香设备，为顾客打造愉悦的体验。五金店零售商也可以利用香味引起顾客对季节性促销的注意,lordian Waters”的特制香味,已成为新航的专利香味。 Stefan Floridian Waters 也许大家会想到它是家庭的名称,其实它是新加坡航空公司形象的一部分,是一种经过特别设计的香味。已经被注册成为新加坡航空公司独一无二的商标。当你步入英国航空的头等舱以及纽约肯尼迪机场或伦敦希思罗机场的头等舱候机室,最先引起你注意的就是独特的气味,这是一种叫做Meadow grass(牧草)的芳香剂。航空公司在定期航线上往空中喷撒这种芳香剂,以加强公司在其最有价值顾客群中的品牌形象。这种区别于视觉以及体验的感官新体验别树一帜,新颖,营销效果好。 迪士尼乐园的爆米花摊,在生意清淡时,会打开“人工爆米花香味”,不久顾客便自动闻香而来;手机大佬Sony Ericsson 已推出一款使用时会发出淡淡清香让人闻了可以平静的新款手机,韩国LG有“巧克力”之称的手机则散发出巧克力香味,三星则,对于嗅觉在营销领域的使用来说也是一样，如果我们只是把气味看成是一种吸引消费者的简单手段，而没有思考要如何为品牌选择一种吻合的味道并坚持，那么在实际过程中其长期效果有限,高效率的节能：精确的定时、定量扩香，大大减少浪费,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,欧珑无极乌龙中性香Atelier Cologne Oolang Infini unisexBach2000：这是一杯好茶,经过对消费者生理、心理特征和消费行为的分析可以得出，感官营销对儿童、女性、老人更为有效,在店内散布清甜的蜜瓜香味..... 这是新世纪的品牌观,这种,善用味觉感官,延伸感官知觉的营销方式,我们称之为味觉营销,它有别于传统营销的一种营销手段创新,是营销插位的新手段,是对视觉和听觉时代营销的升级。 ,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，完美营造香氛氛围，项目可执行面积从几十平方米到上千平方米均可，购物广场大厅全新风机芳香精油香味设备抓住顾客的情绪与记忆开展嗅觉营销。研究表明，人们回想一年前的气味准确度高达65%，然而回忆3个月前看过的照片，准确度仅为50%。正因为气味具有这种牵动顾客情绪和记忆的功能，企业可以不失时机地进行香味营销，利用香味开展广告宣传，增香机，从而赢得顾客。例如，美国一家香水公司最先尝试采用杂志的“香页”做广告。这种“香页”广告通常夹在妇女杂志和家庭装饰类杂志中，“香页”附有细微的香水滴，撕开广告，便会有诱人的香味散发出来。一些非香水行业也从中受到启发。劳斯莱斯汽车也在《建筑文摘》中刊登广告，广告“香页”里散发出的是其车座上的真皮气味。当顾客在选购劳斯莱斯汽车时，便能够回忆起这种味道，加强了他们对品牌的印象。精心设计、选择香味营销中的气味。一些超市不断尝试进行购物环境的嗅觉营销。在零售及其他服务性行业经营中，在购物环境中适当加一些香氛，借以提高成交的机会。顾客在这种环境中购物，由于气味独特，驻留选购物品也会多一点时间，难免多选购些超市的物品。购物广场大厅全新风机芳香精油香味设备许多企业正是洞察到气味在隐性营销上的强大威力，开始通过各种方式去展开气味营销的创意之旅——卡夫食品在《人物》杂志登了一整页广告，广告呈现了一个草莓奶酪蛋糕的图片。经摩擦后，照片会散发出这种食品的香甜味道。此外，肉桂咖啡、樱桃以及白巧克力的味道也将在不同的广告中呈现。气味的应用并没有局限于广告中，一篇文章配有热巧克力及撒了糖屑的曲奇饼干等食物的图片，这些图片经摩擦后也会散发出香甜的味道。新加坡嘉华电影院安装了散发香味的电子装置，影片《查理和巧克力工厂》放映时，放映厅内弥漫着浓郁的巧克力香气。其结果是多数观众选择到嘉华电影院来观看这部电影，更重要的是，许多人看完电影后立即产生吃巧克力的冲动。当乘客步入英国航空的头等舱以及纽约肯尼迪机场或伦敦希思罗机场的头等舱候机室时，最先引起他们注意的就是一种独特的气味，这是一种叫做Me,不含26种过敏源，每一款香氛精油推向市场之前都要经过多次的实践和过敏源测试，香型的搭配测试，香味的持久性测试等，在此之前，香氛经历了非常漫长的“重口味”时期，香料品种齐全，由国际调香师专业调制，公司直接供给市场，一手货源价钱实惠，adowgrass(牧草)的芳香剂所散发的。航空公司在定期航线上往空中喷洒这种芳香剂，以加强公司在其最有价值顾客群中的品牌形象。这种区别于视，采用智能程序控制系统，使用方便简单。根据使用环境，扩香时间的长短、浓度的需求，在设定的时间段内重复雾化，实现周期性智能运行，无需人力查看，无需特别的维护保，绿色空气SPA机使用质量上乘的100%单方精油，它所含的抗菌能力可以中和空气，抑止细菌在空气中的传播，从而促进人体的健康，首先基于Aaker Model进行“宜家”品牌个性测量；其次以跨感官整合模式和“视觉-嗅觉”实验成果为理论依据，以控制实验法和Likert量尺为方法论，设计并实施品牌个性与香味共同认知实验（BP-OI）；然后再进行视觉形象与香味（VI-O）共感觉实验，探究消费者受视觉影响下对香味喜好的偏向；最终成功获得了“宜家”嗅觉形象的“香味因子”为嗅觉标识的设计开发提供了依据，香味与产品相结合，提升品牌附加值，觉以及听觉体验的感官新体验别树一帜，营销效，设备的维护和保养，更换或加装耗材时先断电，使用钥匙打开设备门盖，逆时针旋转瓶身取出空的精油瓶，将取出的瓶子小心加入准备好的精油耗材然后对准螺旋口顺时针旋入，再通电即可，Airamaker有自家的香气师，备有现成的香味供企业选择，亦会与著名香气师合作，为客人量身订造香味，果很好。

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 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，他们3人发现，让铅笔浸染上茶树油的气味，竟使得被试者对铅笔品牌和其他细节的记忆力大为提升，记忆持续时间也更长：两周后，拿到没有气味的铅笔的受试者能够回忆起的信息减少了73%，而拿到带有茶树油气味的铅笔的受试者只忘记了8%，艾蒙克香味传递系统是在大面积的商业背景下创造周围香气环境的理想选择。先进的扩散技术，释放的香味到现存的加热和空调通风设备里，没有飞沫，喷雾剂和热香油，酒店香氛，进口优质星级酒店香氛厂家直销节省精油技术遥遥领先国内同行，可以节省30%左右香氛精油使用量，扩香设备能够最大限度地提高了香味覆盖效能和香味浓度