

## 加香仪，婚纱摄影店全新风机芳香精油香风设备

产品名称	加香仪，婚纱摄影店全新风机芳香精油香风设备
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

婚纱摄影店全新风机芳香精油香风设备，喷香机，扩香器空气净化除烟味这些实例证明，感官对人的态度、心情乃至记忆有着深远的影响，其效用甚至超过语言,相对于男性，女性在感官上具有相对优势：触觉上更细腻，味觉上更明显(女性比男性拥有更多的味蕾数量);同时，女性的消费心理也偏向于感性,成功实现了较大空间的香氛扩散并完好的保持精油和香氛精油的精纯品质，是酒店大堂、会议室、多功能厅、spa健身会所等室内场所改善环境、营造氛围的最佳选择,艾蒙克扩香设备，香薰环境能够刺激销售,与国际先进的扩香机工艺和技术同步，节省香氛精油技术遥遥领先国内同行婚纱摄影店全新风机芳香精油香风设备 Baron(1997)在研究中发现，当大型购物中心散发出怡人的香味时，过路的人们会更倾向于帮助与自己同性别的人，表现出来的,也都逐渐意识到气味营销在提升品牌形象和产品销量方面的无形力量,很多国外航空和高级酒店都有自己的专属香味，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,这种亲社会行为要比没有香味时显著。Zemke和Shoemaker(2007)还指出，怡人的环境香气还会显著增加陌生人,同时也初证了“品牌形象-香味(BI-O)”工具的可行性,Baron(1997)在研究中发现，当大型购物中心散发出怡人的香味时，过路的人们会更倾向于帮助与自己同性别的人，表现出来的这种亲社会行为要比没有香味时显著,引用乔治亚州立大学营销学教授Allen的话：“我们所有感觉都是思考过后才有反应，只有气味，大脑是先反应后才思考,自动香氛系统目前在酒店中较为常用，为全自动控制，可以根据使用环境，将扩香时间的长短、浓度和频率预先一次性程序设置，在给定的时间段内重复雾化，实现周期性智能设定,相关研究还发现，香味还会对消费者的行为产生影响,之间的互动和交流。此外，怡人的香味还会影响对人的评价。例如，Baron(1983)进行了一个模拟面试的实验研究，结果发现身上带有香味的求职者比那些没有香味的会被认为能力更好。相关研究还发现，香味还会对消费者的行为产生影响。例如，Knasko(1989)的研究发现，当,喷香器,珠宝店内充满了某种香气时，消费者会花更多的时间在店内购物。而Hirsh和Gay(1991)则发现，当环境中充满香气时，购物者会表现出更大的倾向去购买耐克的鞋子。Gueguena与Petr(2006)也得出类似的结论，即相对于没有香味的环境，当餐厅里有熏衣,扩香设备将雾化好的香熏油通过气管送出，再将气管直接安装在中央空调的送风管道，香味便在送风管道内带入大厅或者每一个房间,而Hirsh和Gay(1991)则发现，当环境中充满香气时，购物者会表现出更大的倾向去购买耐克的鞋子,艾蒙克香薰精油扩香设备，采用无气味受体抑制系统，消除对空气中异味的知觉。经过这种处理所创造的空间充满怡人的香味,雾化器包括内部配件均使用国际一流铝合金材料精工

打造，雾化器使用寿命超出10年,虽然依然是柑橘调，但气质幽深不少,草的香味时顾客的消费会增加。以上的这些研究，应该足够解答关于“嗅觉营销”是否有效的问题了吧！关于嗅觉营销的研究是一项长期的工作，希望很多有兴趣的人加入到这个领域中来！虽然眼下一些家居业从业者认为，香味营销只不过是一种小众的营销策略。但在屈登科看来，未来将是立体营销的时代。相比停留在视觉和听觉二维通道上的传统营销模式，打开了嗅觉通道的立体营销，显然胜算更大。屈登科认为，香味营销在家居业未必会全面普及，但肯定将会是高端家居品牌角力的又一主战场。“决定在经销商中推广香味营销前，我们在对全国经销商进行培训时顺便进行了调研。首先，我们把香味营销作为蒙娜丽莎立体营销战略的一部分，对经销商进行了推介。然后，在经销商内部进行了初步调研、新风系统香薰设备、意见收集和数据分析。最后，我们根据调研结果，选择了经销商们认为最适合我们的香味。令我们意想不到的，虽然我们并不强迫经销商接受香味营销，但从今年上半年开始陆续,香味能完全覆盖整个空间,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,有经销商要求我们协助打造香味营销方案。”来自市场的反馈，让蒙娜丽莎的杨晓林坚信，香味营销对于家居行业而言，2015年只是个开始，未来依然大有可为。除此之外，在营销成本越来越高的当下，香味营销虽然时尚、前卫，但价格其实并不贵。记者对比了多家香味营销机构的报价，发现一个500平方米左右的销售空间，包括扩香设备、香味定制及维护的费用，加起来全年总计都不会超过6000元，平均到每个月不到600元。业内人士预计，香味营销低廉的营销成本，也将成为吸引商家尝鲜的重要因素。这些愉悦的气味被商家运用在了各个场合：超市、百货公司、酒店、服装店，这让置身其中的消费者总能将某种特殊的香气与品牌联系起来。法国服装品牌Bread n Butter就为自己定制了一款香水，并要求店员每天至少在店内喷洒四次香水。美国的布卢明代尔百货公司在商场里排放强生婴儿爽身粉的气味。索尼和三星也在自己的商店里放置了传味器，传送一种特有香气。气味的,微电脑全自动控制系统，扩香机可根据工作环境来调节香味浓度，香薰开启时间随意设定，在不需香味的时间段机器自动停止工作,这种微妙作用早已将消费者与品牌捆绑在一起，成为了品牌符号。比如有人可能对玉兰油香皂的气味情有独钟而持续使用，又或者单凭气味他们就能分辨出走进的服装店是Izzue还是Initial。气味的背后一定有一股“神秘”的力量。炫目的橱窗、眼花缭乱的广告不停地冲击我们的视野，不过正如马丁·林斯特龙所说，视觉语言的力量正在式微。对于商家来说，好好利用气味，似乎成了新的出路。你可以闭上眼睛，你可以塞住耳朵，但你却很难不用鼻子呼吸。所以，嗅觉是唯一一个我们无法关闭的感官，也是最具利用空间的感官。艾蒙克中央空调扩香机空调加香机运行原理 将香油通过专用控制设备连接到中央空调系统内，让香氛跟随风管气流扩散到空调所覆盖的区域，从而消除空间内的异味改善环境质量，让酒店，商场或夜总会处处都弥漫在自然舒适怡人的环境里。系统调试依据的风速、风管尺寸合理调节艾蒙克香氛系统的工作参数。1、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,当精油以精油微粒的形式扩散开来，人吸入后，就能促进人体免疫系统的改善,艾蒙克主控制设备与雾化器安装于空调机房内或其他理想区域,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2、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,艾蒙克香氛品牌源于2006年3、精油拥有独特的、能影响人身心的力量----深入身体与精神