

Группа oasis[®] Украина на рынке с 1998 года.

Одно из главных направлений деятельности компании – Ароматы для бизнеса в рамках проекта **oasis[®] AirConcept**. С 2004 года он определил стратегию развития компании. В ее основу легла теория **мультисенсорного маркетинга** – мощного инструмента для разработки современных схем коммуникации, ориентированных на клиента.

Понимание принципов воздействия ароматов на потребителя и позиционирование их в маркетинговой схеме заказчика позволяет экспертам компании **oasis[®] Украина** использовать обоняние как канал для закрепления информации о бренде / продукте / услуге в памяти адресата.

Сегодня в числе клиентов компании – представители различных сфер бизнеса (торговля и мерчандайзинг, индустрия гостеприимства, туризм и организация путешествий, индустрия развлечений, проведение событий и мероприятий), где эффективность применения аромасигнала наиболее очевидна, т.к. понятия «**бренд**» и «**корпоративный стиль**» являются для этих отраслей определяющими.

В центре деловых интересов компании **oasis[®] Украина** такие области использования ароматов, как **аромадизайн** и **аромамаркетинг**.

В настоящее время клиентам компании предлагаются:

- новейшие разработки в области аромамаркетинга и аромадизайна;
- комплексный подход по внедрению программы «Ароматы для бизнеса»;
- четкое позиционирование запаха в маркетинговой схеме заказчика;
- подробные инструкции по выбору ароматов;
- комплектация современными материалами и оборудованием;
- мониторинг эффективности программы.

В ассортименте компании – более 600 запахов и композиций от ведущих европейских лабораторий. Среди них и утонченные парфюмерные, и эффектные технологические (напр., запах слона или Формулы 1). Еще столько же ароматов можно заказать дополнительно.

Аромакомпозиции подаются – с потоками воздуха или через системы вентилирования / кондиционирования – на оборудовании производства Великобритании, Германии, США и Франции.

Компактные приборы позволяют задавать необходимый режим подачи и дозу выбранного аромата. Сами устройства незаметны для клиентов и не вызывают нежелательных ассоциаций.

Распространение аромата возможно как на ничтожно малой площади, так и в закрытых помещениях большой площади, а также на открытом воздухе.

Такой арсенал средств дает возможность компании **oasis**[®]Украина реализовать по запросу клиентов множество маркетинговых схем – от ароматизации арт-кафе или печати «душистых» промоматериалов до создания «аромафейерверка» во время фестивалей и выставок.

В свою очередь, широкий спектр услуг позволяет заказчикам компании успешно внедрять **сенсорный маркетинг** в *свой* бизнес, а значит, делать его более эффективным и успешным.

Внедрение проекта **oasis**[®]*AirConcept* в различных регионах Украины стало залогом долгосрочных отношений компании с владельцами отелей, предприятий питания, торговыми залами и центрами отдыха.

Сегодня команда специалистов **oasis**[®]Украина, обладая уникальным техническим опытом европейских и американских компаний в области аромаркетинга, открыта к сотрудничеству и приглашает к совместному поиску эффективных решений по укреплению имиджа компании и продвижению торговой марки с использованием ароматов.

Для справки.

По данным психологов, ежедневно на каждого из нас обрушивается около 3.000 рекламных сообщений – в виде звуковых и зрительных сигналов. Яркие и звонкие баннеры, видеосюжеты, аудиоролики...

Этот массивный поток *однообразных раздражителей* блокирует восприятие информации и привычный, *двухмерный*, маркетинг не работает. Так проявляется защитная реакция организма, описанная известным физиологом И.П.Павловым, когда «суммация возбуждений приводит к параличу». В итоге грандиозные усилия маркетологов и рекламистов оказываются почти безрезультатными.

По мнению М.Линдстрема, известного специалиста в области маркетинга и теории брендинга, выход из создавшейся ситуации следует искать именно в понимании *механизмов восприятия*.

«Достучаться» к потребителю можно, лишь вызывая ко всем 5 чувствам. Другими словами, успешные коммуникации можно обеспечить, лишь сформировав **пятимерное** пространство. В нем *визуальные* и *звуковые* сигналы будут «работать» одновременно с *осязательными, вкусовыми* и *обонятельными*, а значит, будут эффективными.

При этом запах, как отмечают сторонники сенсорного маркетинга, является одним из самых мощных средств воздействия на потребителя, т.к. *сигнал о запахе* поступает в мозг быстрее, чем «видимая» или «слышимая» информация, ароматный образ – сильнее и глубже, хотя почти не осознается человеком.

Материал подготовлен
службой маркетинга **oasis**[®]Украина.
23.07.07