



AromaConcept

Aромат - Рококо

Роскошь —

*это нечто чрезвычайно приятное, с оттенком
невозможного, то, на что не каждый способен представить
права, то, смысла его не лежит на поверхности...*

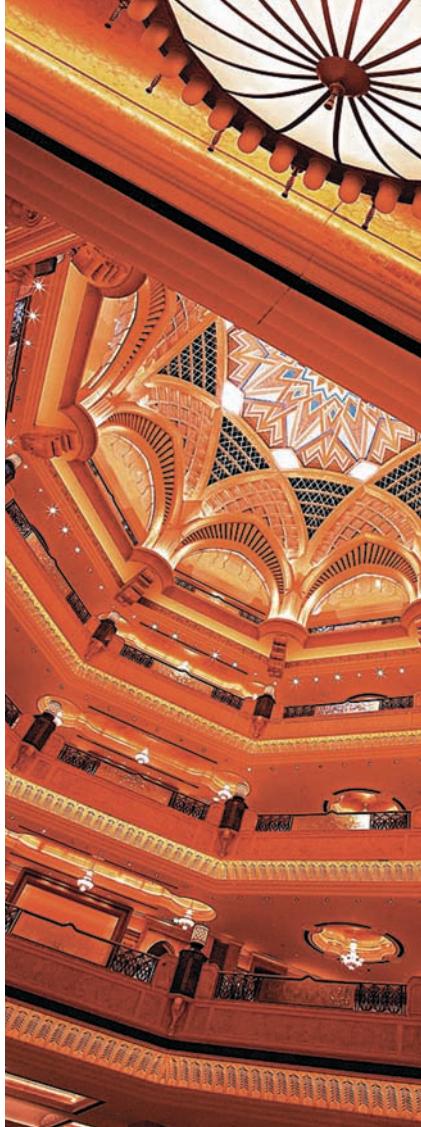
Что такое роскошь на самом деле?

Конечно, для каждого из нас это понятие имеет свои оттенки значения. Но одно правило универсально: **Luxury** – нечто большее, чем мы ожидаем от жизни. Она отличает нас от других, делая уникальными и успешными. Не важно, сколько роскошь *стоит*, а важно, что она для нас *значит*. Роскошь, как шикарная женщина, многолика... Возможно, это время, проведенное с любимыми людьми или ощущение от захватывающего дух пейзажа? А может быть, что-то совершенно иное?

Вселенная Luxury – не просто мир высоких стандартов, это еще и мир эксклюзивных по глубине эмоций. Гениальность роскоши состоит в том, что она приучает людей мечтать и стремиться к воплощению своих самых страстных желаний.

Роскошь – страховкой полис для статуса

Понятие **LIFE de LUXE** – это всегда больше, чем просто потребление эксклюзивных товаров и услуг. Luxury сохраняет статус. Роскошь указывает, кто ты и кем ты хочешь быть для других людей и для самого себя. Она определяет размер социальной успешности и проводит грань, отделяющую от тех, кто не может ею пользоваться.





Роскошь умерла — да здравствует роскошь!

Luxury — это феномен, тонко чувствующий Дух времени. Сегодня серьезные перемены происходят в обществе и в среде пользователей Luxury. Современная роскошь как бы направлена больше не наружу, а вовнутрь, поэтому сфера ее существования — индивидуальный торговый сервис. На наших глазах формируется абсолютно новая черта Luxury — сдержанность проявления. Роскошь неспешно возвращается к натуральности, подлинности и истинному искусству, к традициям и истокам, не терпящим суэты и шумихи.

Роскошь как система

Luxury всегда являлась понятием относительным. Для большинства она — не более чем дорогие духи из магазина duty-free или бутылка французского шампанского ко дню рождения. Но, на самом деле, роскошь — понятие философское. Прекрасно, когда человек, наслаждаясь восхитительными эмоциями, становится от этого счастливее, независимо от того богат он или беден.

Роскошь — механизм, находящийся в постоянном изменении: то, что сегодня является товаром премиум-класса, завтра становится товаром массового потребления. Радио, телевидение, чай, кофе тоже когда-то были роскошью. Однако потребность в Luxury никогда не иссякнет, потому что **роскошь — самая привлекательная основа жизни.**

Роскошь как ощущение

Для одних смертных самая сильная жажда – это жажда обладания предметами роскоши. Другие умеют находить наслаждение совсем в иных вещах. Они считают для себя высшей роскошью возможность беспрепятственно располагать своим временем и заниматься только тем, что им нравится. В любом случае к вопросу о сущности понятия «роскошь» удобнее всего подходить философски.

Роскошь – это, прежде всего, огромное удовольствие, которое Вы получаете от того, что делаете в каждый момент своей жизни, ибо жизнь есть самая ценная вещь на Земле.

Настоящее удовольствие, как известно, нельзя купить, но можно научиться его чувствовать. Учитесь не пользоваться роскошью, а пить маленькими глотками, смакуя ее неповторимый вкус и аромат. Страйтесь находить ее многоликие проявления и наслаждаться ощущениями, которые она Вам дарит. Окружайте себя Luxury-впечатлениями, Luxury-эмоциями, для создания которых совсем не обязательно вести тотально роскошный образ жизни.

Роскошь для обоняния

Обоняние является главным источником утоления нашей «эмоциональной жажды», ибо жизнь невозможна без дыхания. Но как грамотно определить зыбкую грань между роскошным ароматом и просто качественным? Для этого лучшие парфюмеры мира позиционировали следующие 7 правил:

7 правил для аромата премиум-класса

- Раритетность (rare).
- Неподверженность быстротечности моды (timeless).
- Ограниченнность коллекции (less is more).
- Великолепие и незабываемость (gorgeous and unforgettable scent).
- Новаторство (innovation).
- Смелость (bold).
- Натуральность высшего уровня (premium nature).



Программа «AromaConcept»

Стратегия программы

В основе стратегии лежит **теория мультисенсорного маркетинга (аромамаркетинг и аромадизайн)**, основанная на понимании принципов влияния ароматов на поведение и настроение человека. Предлагается использование ароматов для укрепления бренда. Корпоративный аромат, изготовленный лично для Вас, сделает лицо вашей компании уникальным. Его создадут лучшие французские специалисты только из высококачественных природных и органических компонентов.

Кредо программы

В программе «**AromaConcept**» нет стандартных решений потому, что:

- 1 Мы работаем индивидуально с каждым клиентом и предлагаем возможность разработки персональной аромакомпозиции, соответствующей концепции компании-заказчика.
- 2 Мы не являемся дилерами каких-либо иностранных компаний, а сотрудничаем непосредственно с ведущими парфюмерами Европы.
- 3 Мы составляем для наших клиентов маркетинговую концепцию по внедрению ароматов в бизнес-пространство.
- 4 Мы предлагаем только комплексные решения класса «Люкс» для продвижения брендов, исходя из отечественной ментальности.
- 5 Клиент обязательно принимает непосредственное участие в процессе создания или выбора аромата.

Теперь и Вы сможете себе позволить создать роскошную «ароматную» обстановку там, где живете и работаете.

Продукты программы

Это уникальные французские коллекции, рожденные по законам высокой Моды. Часть коллекций является закрытой. Желающие могут заказать индивидуальный аромат, не имеющий аналогов.

- 1 Система ароматизации пространства, состоящая из аромакомпозиций во французских стеклянных флаконах и специально обработанных деревянных испарителей, которые при погружении впитывают ароматические вещества и равномерно распространяют парфюм в пространстве. Идеально подходит для помещений широкой сферы применения — от частных интерьеров до бизнес-пространств (бутиков, номеров отелей, офисов).
- 2 Система для ручного распыления в специальных алюминиевых флаконах для регулярной обработки частных интерьеров и гостиничных номеров. Через 4-5 дней в помещении устанавливается легкий аромат, не связанный с обычными запахами освежителей, который создает индивидуальную изящную атмосферу. Может поставляться в виде мини-распылителей для салонов автомобилей и жилых пространств.
- 3 Парфюмы в виде концентратов во флаконах. В этих изящных французских флаконах хранится сама душа парфюмера. Концентрат представляет собой квинтэссенцию авторской аромайдеи. Его можно наносить на саше, обивку мебели, шторы, использовать при создании аромасвечей. Несколько маленьких капелек рождают удивительную атмосферу гармонии и комфорта в пространстве. Может поставляться в специальных емкостях, предназначенных для аромамашин.

Широкий диапазон услуг, представленных в программе **«AromaConcept»**, позволяет заказчикам успешно внедрять сенсорный маркетинг в свой бизнес, а значит, делать его более эффективным и успешным в условиях тотальной конкуренции.

Вам уже не нужно ничего искать. Лучшие парфюмы для пространств собраны в наших эксклюзивных коллекциях.





www.aromaconcept.com