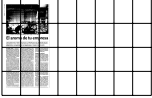


<p>LAS PROVINCIAS VALENCIA</p>	Tirada: 83.936	Sección: -	
	Difusión: 63.779 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 502	
Comun. Valenciana General	Audiencia: 223.226 (E.G.M)	Valor (€): 2.224,82	Valor Pág. (€): 4.578,00
Diaria	02/03/2008	Página: 112	Imagen: Si



Carteles anunciadores de la franquicia de marketing olfativo, dirigido al mundo infantil. JLP

El aroma de tu empresa

AROMARKETING TRAE A VALENCIA SU PROPUESTA DE APORTAR VALOR
AÑADIDO A LA IMAGEN DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DEL OLFATO

ANTONIO LUQUE VALENCIA Aromarketing es una empresa española de reciente creación, especializada en servicios de aromatización ambiental. Se trata de una iniciativa pionera en nuestro país que se dedica al estudio de los aromas y sus efectos en la decisión de compra del consumidor y en el rendimiento de los empleados.

De esta manera surge un nuevo concepto en el ámbito de la comunicación que es el Marketing Olfativo. Tras varios estudios científicos se ha llegado a la conclusión del gran potencial que ofrecen los olores en la mejora de la producción y las ventas, por lo que empresas americanas y japonesas ya lo utilizan en sus instalaciones como una nueva herramienta en su plan de marketing.

El director comercial de la firma Maxi Iannini, destaca los beneficios del marketing olfativo en el comercio: "1) El cliente permanece más tiempo en el establecimiento. 2) Tiene una experiencia agradable. 3) Estarán seguros de volver. 4) Perciben el producto de manera positiva, y, en quinto y último lugar: Si el aroma es único, identificarán el establecimiento con el mismo y lo recordarán cada vez que lo huelan", resalta Iannini.

Maxi Iannini, destaca el proyecto estrella de Aeromarketing de

dar aroma a las empresas o clientes que lo requieran; "el objetivo de Aeromarketing es crear un valor añadido a la imagen de marca de las empresas a través del aroma, un sistema de comunicación que hasta ahora no se había utilizado en nuestro país. Se trata de una nueva técnica que se presenta como alternativa al marketing tradicional que actúa en la decisión de compra del consumidor y en el rendimiento de los empleados".

Entre sus clientes Iannini destaca empresas de restauración, cines, tiendas de moda, farmacias, entidades bancarias, hospitales, agencias de marketing y publicidad, centros comerciales etcétera; "además tenemos contactos muy avanzados con cadenas hoteleras, grandes superficies y empresas de bebidas, entre otros".

Sobre la relación entre aroma y empresa, recalca que depende mucho de cada empresa y de su propia filosofía: "Tenemos clientes cuyo aroma corporativo está directamente relacionado con su actividad y el producto al que representan, como es el caso de la restauración, los cines etcétera. Por el contrario, hay empresa que nos solicitan un aroma totalmente personalizado que ayude a reconocer la marca. En todos los casos -añade Iannini- realizamos un análisis

específico para crear el aroma más acorde con la actividad empresarial de cada empresa y así alcanzar su máxima satisfacción".

Expansión nacional

Los aromas que utiliza Aromarketing proceden en su mayor parte de Estados Unidos, Canadá y algunos de España; "trabajamos en exclusiva con varios laboratorios que elaboran el olor de las empresas mediante aceites esenciales", señala Iannini.

La empresa lleva pocos años en el mercado nacional y el volumen de negocio no tiene cifras significativas, "para el presente ejercicio tenemos previsto alcanzar una facturación superior al millón de euros. Desde que comenzamos nuestra actividad teníamos claro que queríamos desarrollar nuestro concepto de negocio a través del sistema de franquicias para alcanzar la cobertura nacional con el mejor método posible".

Actualmente Aromarketing cuenta con ocho unidades franquiciadas en Valencia, Madrid (2), Palma de Mallorca, Ibiza, Almería, Las Palmas de Gran Canaria y la Costa del Sol y las oficinas centrales se encuentran en Málaga. La firma está formada por un equipo de 20 profesionales más todos los servicios externos en aumento.