

## 4. АРОМАМАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Л. Базалук, Н.М. Стукальська

*Національний університет харчових технологій*

Аромамаркетинг - це новинка в сфері готельного бізнесу. Завдяки використанню ароматерапії можна досягти певної атмосфери, яка приверне нових клієнтів і дозволяє підвищувати лояльність клієнтів.

На думку фахівця в галузі маркетингу та теорії брендингу М. Лінгстрона, людина сприймає світ за допомогою п'яти почуттів одночасно: зір, слух, нюх, смак і дотик. Через ці канали він отримує всю інформацію про навколишній його простір, а значить, і підстави для прийняття будь-якого рішення.

Грамотне використання запаху сприяє зростанню споживчої активності, підвищує лояльність до компанії, бренду. Тим самим, аромамаркетинг є важливим засобом підвищення конкурентоспроможності підприємств. Його головне завдання - розташувати споживача до себе, зробити так, щоб йому було комфортно і безпосередньо пов'язати це відчуття з певною компанією, що і стає важливою конкурентною перевагою останньої. Особливе місце аромамаркетинг і аромадизайн займають у сфері гостинності.

Жорстка конкуренція у світовому готельному бізнесі змушує учасників ринку шукати нові, нестандартні способи залучення клієнтів. В урбанізованому і динамічному сучасному світі образ «затишного будинку», в який хочеться повертатися після трудового дня, набуває особливого значення. Головна мета будь-якого готельного об'єкту також полягає в тому, щоб його гості в майбутньому верталися саме в цей готель. Вирішувати таку важливу задачу допомагають сучасні ароматехнології. Для досягнення максимального успіху до питання треба підходити комплексно, причому рухатися від загального до конкретного: від створення індивідуального аромату готельного бренду через

впровадження запахів в різні готельні зони (зони прийому гостей, лобі-бари, номери, коридори, ресторани) до ароматизації проспектів, буклетів, візиток. Такий професійний підхід створює своєрідний ароматичний ланцюжок, що дозволяє виділитися серед конкурентів.

Унікальний, фірмовий аромат готелю є його візитною карткою, підкреслює неповторність стилю, надовго запам'ятовується образ. Сильний засіб прояви яскравих емоцій, пробудження глибоких і довготривалих сенсорних спогадів.

На сьогоднішній день найефективніша технологія поширення аромату - технологія перетворення ароматичної рідини в нано-частинки, які рівномірно наповнюють все приміщення - нано-ароматизація. Технологія нано-ароматизації дозволяє дробити речовину на дуже маленькі частинки, так що в результаті виходить концентрація ароматичної речовини, яка не перевищує поріг виникнення алергії.

Сучасні технології дозволяють ароматизувати приміщення будь-якої складності і будь-якого обсягу. У готелях високої категорії застосовують індивідуальний похід до кожного гостя: пропонують створити в його номері комфортну, індивідуальну атмосферу. Для цього в кожному з номерів встановлюють спеціальне обладнання і пропонують гостю вибрати аромат який йому сподобався.

Загальносвітова практика застосування технології нано-ароматизації надзвичайно обширна. Її використовують такі бренди як Mercedes, Apple, Samsung, Hilton, Rolls Royce, Starbucks. Ексклюзивний запах здатний підкреслити фірмовий стиль готелю, посилити враження від проживання в ньому, залишити яскраві спогади і бажання повернутися в готель в майбутньому.

Використання нано-ароматизації приміщень сприяє підвищенню ефективності праці працівників, зняттю стресових станів, вирішення проблем плинності кадрів і підвищенню конкурентоспроможності підприємства в цілому.