

Ароматерапия Необычные парфюмерные сервисы

Ирина Кириенко |

КАЖДЫЙ сезон запускаются сотни парфюмерных новинок — выделиться в этом потоке и заинтересовать покупателя не так просто. Ведущие косметические компании придумывают оригинальные формы взаимодействия с потребителем, чтобы удивить и привлечь даже искушенную публику.

Некоторые из удачных вариантов парфюмерного сервиса, которые уже доказали свою эффективность, представлены в Москве и крупных городах России. Например, в ЦУМе стоит отправиться в корнеры Cartier и Frederic Malle: здесь не так давно появились парфюмерный орган и колонна для более полноценного погружения в ароматы.

Прообразом для парфюмерного органа Cartier стал рабочий стол парфюмера, за которым составляются композиции. Виктория Одинцова, руководитель Cartier Parfums в России, рассказывает: «Парфюмер Матильда Лоран, создавая коллекции ароматов Les Heures de Parfums и Les Heures Voyageuse, сосредоточилась не только на собственных обонятельных ощущениях, но и на зрительных ассоциациях. Музыка, аромат и визуализация для нее неразделимы. Парфюмерный орган как раз передает эту концепцию единства. Ничего подобного в России пока нет». Каждый флакон помещен в шкатулку, открывая которую, покупатель видит короткий фильм, рассказывающий про аромат через ассоциативный визуальный ряд.

С колонной несколько другая история: Фредерик Малль ставит их во все свои именные бутики по всему миру. Устройство тоже позаимствовано из арсенала профессионалов. Идея в том, чтобы удалить все внешние запахи, которые могут помешать правильному восприятию аромата. В московском корнере колонна представляет собой прозрачную кабину, в которой с помощью диффузора равномерно распыляется аромат, после чего следует войти внутрь и почувствовать запах. В своих интервью Фредерик Малль часто говорит о том, что этот способ дает более понятное представление об аромате, чем надушенная бумажная полоска, которыми принято пользоваться для тестирования.

В Mugler обратились к самым сознательным слоям населения и предложили сервис повторного наполнения флаконов. По статистике компании покупателю это позволяет сэкономить 40% средств при покупке нового аромата, а сокращение отходов составляет до 400 тонн ежегодно. Сервис Mugler Source был запущен в России в конце прошлого года и прошел несколько стадий согласования перед началом работы. Сандрин Гроле, международный директор Clarins Fragrance Group, рассказывает: «В России ввоз спиртосодержащей продукции подпадает под алкогольное регулирование, что влечет получение алкогольной лицензии. Поэтому нам пришлось проделать достаточно сложный путь переговоров и получения разнообразных разрешений, начиная с момента сертификации оборудования на территории России до непосредственно его установки в точках продаж. Мы видим в сервисе Source большой потенциал, и он уже работает не только в Москве, но и в Екатеринбурге, Новосибирске, Самаре, Челябинске и Казани».

01 Сервис повторного наполнения флаконов Mugler в парфюмерном супермаркете «Золотое яблоко», ТЦ «Афимолл», Москва

02 Парфюмерный орган Cartier, ЦУМ

03 Парфюмерная колонна в корнере Frederic Malle, ЦУМ



01 ПРЕДОСТАВЛЕНО MUGLER



ПРЕДОСТАВЛЕНО MUGLER



02 CARTIER PARFUMS



CARTIER PARFUMS



03 ПРЕДОСТАВЛЕНО FREDERIC MALLE



ПРЕДОСТАВЛЕНО FREDERIC MALLE