



Präsentation
Aroma- und Audiomarketing,
Audiovisuelle Medien
BWGV
21. Oktober 2011





Intro

Das wachsende Anspruchdenken, die sich wandelnden Wünsche und das Streben nach Perfektion sind immer stärker werdende wirtschaftliche Kriterien, denen der Golf-Markt zwangsläufig folgen muss. Die Golfanlage, die Perfektion rundum bieten möchte, kann sich den Vorteilen des sensorischen Marketings nicht länger entziehen. Gerade als Massnahmen für die Mitgliederzufriedenheit, die Mitgliederbindung und auch die Umsatzsteigerung sind Marketing Tools wie Aroma, Musik und audiovisuelle Medien unverzichtbar.

Es sind die feinen Unterschiede, die die Qualität des Ganzen beeinflussen und prägen, denn dem wachsenden Anspruchdenken der Golfspieler möchte jede Golfanlage gerecht werden. Der Golfspieler sollte sich in seinem Club oder auf dem besuchten Golfplatz rundum wohl fühlen. Perfekte Greens und ein hohes Dienstleistungsniveau allein reichen heutzutage nicht mehr aus um einen perfekten Golftag zu bieten. Das Gesamtpaket muss stimmen um ein Wohlgefühl zu erzeugen und das Ambiente entsprechend wirken zu lassen. Durch den Einsatz der modernen Mittel des sensorischen Marketings werden Sie in der Lage sein eine perfekte Wohlfühlatmosphäre zu kreieren und somit die Zufriedenheit Ihrer Mitglieder sowie Ihren Umsatz noch erheblich steigern.



Warum ... soll multisensorisches Marketing in Golfanlagen eingesetzt werden?

Warum ... soll multisensorisches Marketing in xxx eingesetzt werden?

“Multisensorisches Marketing hat für Porsche eine sehr große Bedeutung, denn unsere Kunden kaufen nicht einfach nur ein Fahrzeug, sondern auch ein **emotionales Erlebnis**, denn alle Sinne werden von einem gut gemachten Fahrzeug angesprochen“, sagt Stefan Marschall, Pressesprecher Technik bei Porsche in Stuttgart.



Warum ... soll multisensorisches Marketing in Golfanlagen eingesetzt werden?

Was ... symbolisiert eine Golfanlage?

Golfanlage ist:

Sportstätte, Fitnessseinrichtung, Restaurant, Business Lounge, Info-Point, Einzelhandel, Wartezone, Marke, Konsumgut etc.

Ihre Golfanlage ist eine Symbiose aus diesen Branchen.

Mitglieder und Greenfee-Spieler: Sind Kunden und Gäste.



Warum ... soll multisensorisches Marketing in Golfanlagen eingesetzt werden?

Was ... ist das Ziel einer Golfanlage?

Ziel: Mitgliedergewinnung und -erhaltung / -bindung, Markenpositionierung, Umsatzsteigerung, aber auch Loyalität, Treue, Mund-zu-Mund-Propaganda.

Vorteil: Alle Marketingtools dieser Branchen können übergreifend genutzt werden!



Was sind multisensorische Marketingtools?

Aroma/Duft

... stimuliert bestimmte Bereiche des Gehirns, die für **Emotionen** und Erinnerungen verantwortlich sind. Der Mensch kann mehr als 10.000 verschiedene Gerüche unterscheiden und sich an sie erinnern. Mehr als 75% unserer **Emotionen** werden durch Gerüche hervorgerufen.



Was sind multisensorische Marketingtools?

Musik

... beeinflusst unsere **Stimmung** und somit unser Konsumverhalten. Forscher haben herausgefunden, dass der Takt der Hintergrundmusik das **Empfinden** der Wartezeit, die Ausgabenhöhe und die Aufenthaltsdauer in Geschäften und Restaurants beeinflusst.



Was sind multisensorische Marketingtools?

Audiovisuelle Medien

... mit Hilfe von Videos wird das Produkt individualisiert und hebt sich dadurch von den Konkurrenz-Produkten ab. Produkt-Informationen bieten zusätzliche Kaufanreize und die umfassende Darstellung vieler Vorteile weckt **Begehrlichkeiten**.



Sensorisches Marketing

Emotionen, Stimmung, Empfinden, Begehrlichkeiten ...

„Ein Paar Socken, die neuen Golfbälle kaufe ich mit dem Verstand -- die Reise, die Golfausrüstung, die Golfmitgliedschaft kaufe ich mit dem Bauch.“

Je höherwertiger das Konsumgut desto mehr wird über Emotionen entschieden.



Über Scent Air

ScentAir wurde von einem Disney Imagineer im Jahr 2000 gegründet, heutiger Hauptsitz liegt in Charlotte, North Carolina.

ScentAir hat bereits über 36.000 Systeme, in über 101 Ländern, in verschiedenen Branchen erfolgreich installiert und ist Marktführer im Bereich Aromalösungen für alle Branchen.

Referenzkunden sind unter anderem: Westin Hotels, Marriot Hotels, Holiday Inn Hotels, Bloomingdales, Hard Rock Café, Mango, Zara, Hugo Boss, Florida Hospital, Sony, Walt Disney und viele mehr...



Haben Sie sich schon einmal überlegt welche Rolle Duft in Ihrer Golfanlage spielt?

Wir schon --- um ehrlich zu sein, das ist alles worüber wir nachdenken.

Der Erfolg Ihrer Golfanlage ist auch von den Gefühlen Ihrer Mitglieder (Greenfee-Spieler) abhängig.

ScentAir gibt Ihrer Golfanlage das Werkzeug an die Hand um ein einzigartiges Umfeld zu kreieren und das Erlebnis der Mitglieder und der Gäste, deren Erinnerungen und Emotionen, durch den Einsatz von Duft unvergesslich zu machen.



Haben Sie sich schon einmal überlegt welche Rolle Duft in Ihrer Golfanlage spielt?

Wir schon --- um ehrlich zu sein, das ist alles worüber wir nachdenken.

Das patentierte System von Scent Air ermöglicht es Umgebungen angenehmer zu gestalten, die Markenkommunikation zu verbessern und unvergessliche Erlebnisse zu schaffen.

Unsere Düfte und Einsatzmöglichkeiten können so angepasst werden, dass Ihre Marke (Ihre Golfanlage) perfekt wiedergegeben wird.



Wohlgeruch weckt Gefühle, die der Verstand nicht kontrollieren kann.

Die Atmung gehört zu den wichtigsten Funktionen des menschlichen Körpers. Ohne sie geht es nicht: Wir atmen, um zu leben. Mit der Luft, die wir atmen, nehmen wir auch Gerüche auf. Ein angenehmer Duft steigert das Wohlbefinden. Ein bedufteter Raum ist wie eine Einladung.

Düfte beeinflussen uns – im Positiven wie im Negativen. Düfte entscheiden über unsere Vorlieben und Abneigungen. Sie können uns Angst machen oder in Stimmung bringen. Und so beeinflussen sie unser Wohlbefinden und unser Handeln.



Aromamarketing sichert als effizientes Marketinginstrument zusätzliche Wettbewerbsvorteile und steigert Ihren Umsatz. Unabhängig von der Branche.

Duftmarketing zählt heute zu den wichtigsten Marketingstrategien und ist im Zeichen von Rezession und hartem Wettbewerb als stimulierendes Marketinginstrument nicht mehr wegzudenken.

Wenn wir nicht auf eine Umsatzsteigerung verzichten wollen, kann sich keine Branche dem modernen Duftmarketing entziehen.

Die vertrauensvolle Atmosphäre, die durch akustische und optische Eindrücke angestrebt wird, kann durch zusätzliche Beduftung verstärkt werden.

Aussage eines Golfplatz-Betreibers nach Pilotprojekt: „Trotz des schlechten Wetters haben wir im vergangenen Monat in unserem Pro-Shop den besten Umsatz aller Zeiten erzielt. Ich führe das jetzt mal auf das Aroma zurück.“



Mit Duftmarketing steigern Sie das Vertrauen Ihrer Mitglieder in Ihre Golfanlage und Ihre Dienstleistungen.

Angenehme Düfte sind wie eine Einladung.

«... Unangenehme Gerüche dagegen wecken Abneigung, Zweifel an der Sauberkeit und die Kunden bewerten die Qualität der Produkte und Dienstleistungen schlechter. Obwohl Sie eine exzellente Leistung erbringen, bewerten Ihre Kunden Ihr Unternehmen schlechter als das Unternehmen Ihrer Mitbewerber, weil „**sie Sie nicht so gut riechen können**“. Sie erzielen nicht den Erfolg, den Sie verdienen. »

Anja Stör, Universität Paderborn



Duftmarketing, also die Beduftung von Räumen ist eines der effektivsten und kostengünstigsten Instrumente zur Steigerung des Vertrauens und des Umsatzes.

Ihre Mitglieder fühlen sich wohler, entwickeln ein stärkeres Vertrauen in Ihre Golfanlage, sie bewerten die Ausstattung und den Service als exklusiver. Eine vertraute Wohlfühlatmosphäre bindet Ihre Mitglieder auch emotional, Ihre Golfanlage bleibt länger im Gedächtnis und Ihre Gäste besuchen Sie gerne wieder. Küchendünste, Müllgerüche, Schweiß, abgestandene Luft und Rauch erzeugen bei Ihren Gästen sofort ein unangenehmes Gefühl. Zweifel an der Sauberkeit und an der Qualität nicht nur von Speisen und Getränken kommen schnell auf.

Zudem wird die in einem bedufteten Raum verbrachte Zeit als kürzer empfunden.





Düfte schaffen ...

... Motivation

... Inspiration

... Wohlbefinden

... Sympathie

... Lust

... Leidenschaft

Aussage eine Golfplatz und -hotel Betreibers nach Pilotprojekt: „Wir können es uns ohne den Duft gar nicht mehr vorstellen. Jeden Morgen bei Betreten der Lobby bzw des Sekretariats werden wir in eine gute Stimmung versetzt. Auch Gäste und Mitglieder haben uns bereits auf den frischen Duft angesprochen.“





Düfte stimulieren ...

... verlängern die Verweildauer, lassen gleichzeitig die verbrachte Zeit kürzer erscheinen,

... schaffen Aufmerksamkeit für das Produkt oder die Dienstleistung,

... schaffen einen perfekten Aufenthalt oder Event,

... steigern den Umsatz,

... optimieren Ihre Marke.



Aromamarketing in Kooperation mit Scent Air

Möglichkeiten der Raumbeduftung

Zoned Approach – Duft wird an festgelegten Stellen in einer Umgebung verteilt und schafft so eine sogenannte Duftzone.

Wide Area Diffusion – Duft wird durch das Belüftungssystem (Klimaanlage) des Kunden verteilt.





Aromamarketing in Kooperation mit Scent Air

Zoned Delivery System
ScentWave (SWD1040)

(über 30.000 Systeme im Einsatz)

Der ScentWave Duftverteiler ist ideal um Duftzonen zu schaffen und das in jeder Umgebung. Einstellmöglichkeiten für die Dauer und Intensität der Verteilung machen es dem Kunden einfach, den Duftgrad an jedes Umfeld anzupassen. Die Installationsmöglichkeiten sind vielfältig.



Dry-Air Technologie

Keine Erhitzung, Keine Öle, Keine Sprays

Sicher

Einfach

Effektiv

200-300 Stunden pro Kartusche





Aromamarketing in Kooperation mit Scent Air

Wide Area Diffusion
ScentStream (SXD1010)

(über 6.000 Systeme im Einsatz)

ScentStream nutzt ein spezielles Zerstäuber System um Duftöl in ein Gas umzuwandeln, das durch die Belüftungsanlage/Klimaanlage des Kunden verteilt wird.



Zerstäuber Technologie

Keine Erhitzung, Keine Ölpumpe, Keine Sprays

Sicher

Einfach

Effektiv



Preise

Die Preise sind abhängig von der Vertragslaufzeit und von der Anzahl der eingesetzten Apparate. Es fällt eine einmalige Installationsgebühr von Euro 150 an.

Preisbeispiele Scent Wave (1 Apparat):

Laufzeit 12 Monate	Euro 109/Monat
Laufzeit 24 Monate	Euro 99/Monat
Laufzeit 36 Monate	Euro 89/Monat

Preisbeispiele Scent Stream (1 Installation):

Laufzeit 12 Monate	Euro 239/Monat
Laufzeit 24 Monate	Euro 229/Monat
Laufzeit 36 Monate	Euro 219/Monat

Wir bieten Ihnen eine 3-monatige Testphase an zum Monatspreis von Euro 139 bzw. Euro 309. Die Mehrkosten gegenüber der Vertragslaufzeit abhängigen Monatspreise werden bei einem Vertragsabschluss verrechnet.

Die genannten Preise verstehen sich ohne Gewähr.



Preise --- Angebote für Golfanlagen (Kauflösungen)

Scent Wave	Euro 369
Duftkartusche*	Euro 69

Es fällt eine einmalige Set-Up Gebühr von Euro 150 an.

Scent Pop	Euro 99
Duftkartusche*	Euro 34,99

Es fällt eine einmalige Set-Up Gebühr von Euro 50 an.

* Die Mindestbestellmenge beträgt jeweils 3 Duftkartuschen.



Angebote für Golfanlagen

Kauflösung (ab 4 Anlagen bzw 4 Geräten)

Scent Wave	Euro 349
Duftkartusche*	Euro 65,55

* Die Mindestbestellmenge beträgt jeweils 3 Duftkartuschen.

Es fällt eine einmalige Set-Up Gebühr von Euro 150 an.

Mietlösung (ab 4 Anlagen)

Laufzeit	12 Monate	24 Monate	36 Monate
Preis pro Monat	Euro 99	Euro 89	Euro 79

Es fällt eine einmalige Set-Up Gebühr von Euro 150 an.



Über s12

s12 wurde im Jahr 2007 von Andreas Graf und Ralf Drotleff in München gegründet.

Die Philosophie von s12 ist „Best in each discipline“. Aus diesem Grund setzt sich ein Projektteam aus Fachleuten der drei Bereiche „Marke“, „Konzeption“, „Musik“ zusammen.

Weltweiter Support für 180 Länder in 15 Sprachen.

Referenzkunden: Wolford, WMF, Gravis, comma, S. Oliver, Credit Suisse, Maybach (Backseat Entertainment) etc.



Die von der Musik erzeugten Emotionen lassen sich kontrollieren.

Diverse Untersuchungen beschäftigen sich mit der Wirkung des Einsatzes von Musik als Marketingtool.

Musik hängt beim Menschen eng mit Emotionen zusammen. Im Privatleben dürfte ein jeder einmal die Erfahrung gemacht haben, dass einige Lieder vergangene, stimmungsvolle Momente wieder leibhaftig in Erinnerung rufen.

Ein interessanter Zusammenhang wurde von Simpkins und Smith (1974) zwischen der Beurteilung der Glaubwürdigkeit einer Marke und der Hintergrundmusik ermittelt.
Unpassende Musik setzt die Glaubwürdigkeit herab.



„Trägt die Musik zu einer angenehmen Atmosphäre bei, kann mit mehr Interaktions- und Kooperationsbereitschaft auf Seiten der Kunden gerechnet werden. „

Tauchnitz (2003)

The Customers expect special attention. They want gestures of friendship, to be entertained with anecdotes, to relax, to get the taste of different lifestyles and attitudes. **Consumers buy emotions.**
The Institute of Studies of the Future, Copenhagen

Musik wirkt motivierend auf Mitarbeiter.

Aussage eines Golfplatzbetreibers nach Pilotprojekt: „Ich habe täglich meinen Greenkeeper dabei beobachtet wie er über seinen Unterlagen saß und dabei mit dem Fuss im Takt der Musik gewippt hat. Insgesamt hatte ich das Gefühl, dass wir alle besser gelaunt waren.“



Musik in der Gastronomie (Clubrestaurant)

Studien haben gezeigt, dass die Verweildauer der Gäste bei passender Musik deutlich steigt.

Passende Musik in Restaurants hebt die Stimmung und die Spendierfreudigkeit der Gäste. Dies haben Forscher der britischen Universität von Leicester (Mittelengland) in einer Studie herausgefunden. Es wurde drei Wochen lang die Reaktion von Restaurant-Besuchern auf Hintergrundmusik beobachtet. Dabei ergab sich, dass bei passender Musik im Durchschnitt pro Mahlzeit pro Person 34 Euro ausgegeben wurden. Bei unpassender Musik fiel der Durchschnittsbetrag auf 31 Euro, und wenn gar keine Musik gespielt wurde, gaben die Besucher im Schnitt 30 Euro pro Person aus.



Musik in der Gastronomie (Clubrestaurant)

Erst kreative Strategien werden den Kunden dazu bringen ein Golfclub Restaurant zu nutzen und auch seine Verweildauer zu erhöhen.

Die eigene Auswahl der Musik folgt dabei oft nicht strategischen Prinzipien, sondern ist ein Produkt aus Zufall, Instinkt und persönlichen Vorlieben der Verantwortlichen. Dabei wird mit zunehmender Forschung immer deutlicher, dass ein strategisch kluger und passender Einsatz von Musik einen Wettbewerbsvorteil bewirken kann.



Musik am Point of Service/Sale/Interest (Sekretariat / Pro-Shop)

Mehr als 70% der Kaufentscheidungen fallen am Point of Sale.

Quelle: Häusel, H. G. (2005) „Brainscript, Warum Kunden kaufen“

Das Gefallen der Musik beeinflusst Verweildauer und Ausgabenhöhe sehr signifikant.

Quelle: Herrington, J. D.; Capella, L. M. (1996) „Effects of music in service environments“

Musik am Point of Sale führt zu einer Erhöhung der Beurteilung der Ladenumwelt und der Einkaufszufriedenheit.

Quelle: Matilla, A. S.; Wirtz, J. (2001) „Journal of Retailing“



Die Golfprofile

Vorgehensweise:

- Analysephase (Zielgruppe, Alter, Mitgliederstruktur etc)
- Ableitung von Grundsätzen „Sound Guidelines“
- Musikprogramm Erstellung
- Tagesprogramm wird entwickelt



Die Golfprofile

3 Kanäle zur Auswahl mit je ca. 600 Titeln

Monatliches Update mit je 50 – 70 neuen Titeln pro Kanal.

Speziell für Golfclubs entwickelte Kanäle

- Urban
- Klassik
- Mainstream



Technik

- Entlastung des Personals durch zentrale Steuerung der Technik
- Die Playout Box ist ein IP-basierter Netzwerk Audio Decoder, der in der Lage ist Mp3 Files von PC oder über WWW, Shoutcast, Icecast und RTP Server zu empfangen und via Cinch-Kabel (Audiokabel) an einen Amplifier (Verstärker) zu übertragen.
- USB-Datenträger als Backupmedium bei Unterbrechung der Netzwerkverbindung.
- Leistung: max. 4 Watt (entspricht ca. einem Zehntel des Verbrauchs einer gewöhnlichen Nachttischlampe!)
(Vergleich: kleine Stereokompaktanlage: 22 Watt)



Preise

Die Preise sind abhängig von der Anzahl der Kanäle.

Es fällt eine einmalige Set-Up-Gebühr von Euro 100 / 1 Kanal, Euro 150 / 2 Kanäle, Euro 200 / 3 Kanäle an.

Monatsbeitrag:

1 Kanal	Euro	80
2 Kanäle	Euro	90
3 Kanäle	Euro	100

Wir bieten Ihnen eine 4-wöchige Testphase an zum Preis von Euro 100 / 110 / 120. Mehrkosten werden bei einem Vertragsabschluss verrechnet.



Amplifier Renkforce



Euro 97,98

**Onceiling
Loudspeaker**



Euro 148,00

**Inceiling
Loudspeaker**



Euro 107,06



Über VCR Display Systems GmbH

Die Firma VCR Display Systems GmbH, mit Sitz in Rastatt, hat über 40 Jahre Erfahrung auf dem Markt mit audiovisuellen Medien zur modernen Verkaufsförderung am POS und POI.

Seit vielen Jahren bestehende Zusammenarbeit mit einem Gerätehersteller aus Taiwan.

Alle Leistungen aus einer Hand, der umfangreiche beratende und technische Service ist Ihnen bei uns in jedem Fall sicher.

Neu: Beteiligung an Agency empirE KG, Marktführer in Kid's Entertainment



Video und Multimedia am POS / POI

Menschen reagieren emotional. Nicht zuletzt beim Einkaufen.

Schon allein im Golfsport drängen täglich neue Produkte auf den Markt, die Verbraucher können diese Fülle kaum noch erfassen.

Digitale Bewegtbild-Werbung erhöht zudem die Aufmerksamkeit der Betrachter. So lassen sich auch Zielgruppen ansprechen, die über klassische Werbung immer weniger erreicht werden.

Informieren Sie eindrucksvoll multimedial durch Bilder, Animationen oder Film. Mitglieder, Gäste und Mitarbeiter werden durch aktive und emotional ansprechende Inhalte informiert.



Video und Multimedia im Sekretariat

Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig.

Imagekampagne (Imagefilm der Golfanlage, Fotos der Golfanlage etc.)

Information über Turniere und Events, Fotos von Turnieren

Restaurant: Fotos, Auszüge Speisekarte, Aktionen

Pro-Shop: Sonderverkäufe, Neue Ware etc.

Allgemeine Informationen



Die Technik

Wichtig ist, dass man professionelle Geräte einsetzt, die für eine höhere Belastung ausgelegt sind (z.B. einen 24/7-Dauerbetrieb).

Das Gerät verfügt über eigene Lautsprecher, die nach vorne ausgerichtet sind sowie einen integrierten Player (für CF-Karte oder USB Sticks). Durch den blitzschnellen und kinderleichten Wechsel des Datenträgers ist eine Aktualisierung des Contents jederzeit ganz unproblematisch und selbst durch ungeschultes Personal möglich.

Die lange Lebensdauer, der niedrige Stromverbrauch sowie eine hohe Ausfallsicherheit tragen zudem zu einem optimalen Preis-/Leistungsverhältnis und einer niedrigen Total Cost of Ownership bei.



Preise

Ob Sie VCR LCD Bildschirme kaufen, mieten oder leasen, hängt von Ihrem Einsatzzweck, Ihrem Budget und der Einsatzdauer ab. Wir beraten Sie gerne und erarbeiten das für Sie passende und kostengünstigste Konzept.

Preisbeispiele -- Kauf (ohne Gewähr):

	<u>Metallgehäuse</u>	<u>Kunststoffgehäuse</u>
7" (18 cm)	135 Euro	85 Euro
10" (25 cm)	185 Euro	
16" (41 cm)	245 Euro	198 Euro
19" (48 cm)	275 Euro	230 Euro
22" (56 cm)	315 Euro	
24" (61 cm)	365 Euro	
32" (81 cm)	455 Euro	

Mietpreise sind abhängig von Einsatzdauer, Gerät und Stückzahl, schliessen aber immer das Aufspielen Ihres Filmes, den Versand an einzelne Golfanlagen, den evtl Service während der Mietdauer, die Rückholung aus einzelnen Proshops oder Golfanlagen sowie eine Halterung mit ein.



Agency empire KG

Einsatzmöglichkeiten:

Kinderecke Magic Kids TV

Preisbeispiel:

Monitor 16" Kaufpreis Euro 300

Monitor 19" Kaufpreis Euro 350

Abo Filme (Vermietung)

Gema-freie Filme Euro 98 / Jahr (4 Filme)

Warner Bros. Euro 32 / Monat (12 Filme pro Jahr)



Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit!

Miriam Koepsel
Sensory Marketing Consultant
miriam.koepsel@sensorymarketingsolutions.de
0172-9743378

m.koepsel@vcr-display-systems.de

koepsel@scentflair.de

