

les nouvelles *Education* Beauté

esthétiques

spa

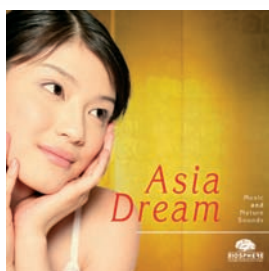
JANVIER 2007
56^e ANNÉE - N° 58
9 €
7, av. Stéphane Mallarmé
75017 PARIS
Tél. 01.43.80.00.47

Bonne Année!



Quand la musique devient caresse... et un outil marketing rentable!

La musique crée toute l'atmosphère d'un lieu. Elle est devenue indispensable. Au même titre que la vitrine, l'enseigne ou l'éclairage, la musique fait dorénavant partie de la décoration de tout espace commercial ... et à fortiori d'un institut de soin ou d'un centre de remise en forme ! Qui envisagerait un massage sans musique ?



Même si c'est parfois inconscient, la musique fait partie des premiers éléments que la cliente perçoit en entrant et l'atmosphère dégagée par celle-ci restera bien souvent liée à son souvenir de l'endroit.

Luxe, calme et volupté !

Mais si la musique est devenue essentielle, il est aussi indispensable de faire le bon choix et de diffuser un son en parfaite adéquation avec l'ambiance cafeutrée et confortable de l'institut ! Rien de tel pour induire un sentiment de calme, de luxe et de volupté !

Les musiques du label Biosphère® ont été spécifiquement conçues pour induire le bien-être et la relaxation. Le rythme des morceaux influe sur l'état d'esprit, fait baisser le rythme cardiaque, apporte une sensation physique de bien-être immédiat...

Un outil marketing

Les grandes surfaces qui diffusent de la musique de fond appliquent ce principe depuis bien longtemps. Les études marketing ont clairement démontré que dans un endroit baigné de musique agréable, la clientèle avait tendance à rester le double du temps, sans s'en rendre compte.

"La musique adoucit les mœurs" ... particulièrement quand elle est appropriée et étudiée pour ce faire ! Elle induit alors un état d'esprit propice à se faire plaisir, à prendre du temps pour soi...

L'Oréal, Nestlé, Coca Cola, Mondorf les Bains ...

Le label Biosphère® est apprécié par une clientèle de plus en plus nombreuse et variée. Qui de nos jours n'est pas concerné par le stress et ne rêve pas d'une pause de détente musicale?

Dans ce contexte, nombre de marques prestigieuses ont déjà fait appel à Biosphère® pour l'intégration de ses musiques dans leur message ou la conception de CD personnalisés comme article publicitaire ou comme carte cadeau (L'Oréal, le WWF, Fitness de Nestlé, Peugeot, Coca Cola, Thomas Cook, le centre thermal de Mondorf-les-Bains, les bijouteries Venizi ...).

Nouveau concept de sonorisation

Biosphère® vient de lancer un nouveau concept de sonorisation « zen » spécialement conçu pour les instituts et centres de remise en forme.

210 morceaux (30 titres du répertoire) sont enregistrés sur un petit iPod qui permet de diffuser une musique d'ambiance ininterrompue.

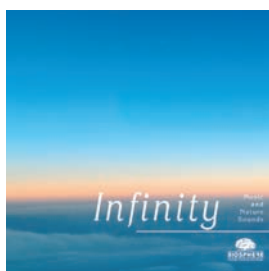
Plus besoin de chercher laborieusement ni d'acheter des CD dans le commerce. Inutile de changer de disque toutes les heures... ou d'oublier de le faire au risque de casser totalement l'ambiance. Inutile de réinvestir régulièrement dans votre sonothèque lorsque les disques sont griffés ou égarés.

Vendre plus en payant moins !

Biosphère® est concepteur et producteur. Tous les morceaux utilisés appartiennent à son répertoire exclusif mais sont libres de droits d'auteur. L'institut sonorisé par Biosphère® ne paie donc aucune cotisation à la Sabam, Sacem ou autre société similaire ! C'est pourquoi la sonorisation par le label Biosphère® lui permet de réaliser une réelle économie !

Par ailleurs, la diffusion de la collection Biosphère® est un excellent incitant à l'achat. Charmée par la musique diffusée, la clientèle se laisse volontiers tenter par l'achat des CD. Un petit plus non négligeable pour l'institut...

B



www.biosphere.com
00 32 2 732 46 66