

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!



Muziek: zinnenstrelend... en een winstgevend marketinginstrument!

Muziek bepaalt de sfeer

Muziek is niet meer weg te denken. Net zoals de etalage, het uithangbord of de verlichting, maakt ook muziek voortaan deel uit van de inrichting van een handelsruimte... en zeker van een verzorgingsinstituut of een fitnesscentrum! Wie kan zich immers een massage zonder muziek voorstellen?



Ook al is het soms onbewust, maakt de muziek deel uit van de eerste elementen die de klant opvallen als ze binnenkomt. En de sfeer die ervan uitgaat, blijft in haar herinnering vaak gelinkt met de plek.

Luxe, rust en sereniteit!

Muziek is dan wel essentieel geworden, maar het is vooral belangrijk dat je de juiste keuze maakt en een klank verspreidt die perfect aansluit bij de gevoelde en comfortabele sfeer van het instituut! Dat werkt uitstekend om een gevoel van rust, luxe en sereniteit te creëren!

Muziek met Biosphere®-label werd speciaal ontworpen om mensen een goed gevoel te geven en te laten ontspannen. Het ritme van de muziekstukken heeft een invloed op de gemoedstoestand, doet het hartritme dalen, zorgt meteen voor een gevoel van lichamelijk welzijn...

Een marketinginstrument

Supermarkten die achtergrondmuziek draaien, passen dit principe al geruime tijd toe. Marketingstudies hebben duidelijk aangetoond dat een klant zonder het zelf te beseffen de neiging heeft om twee keer langer te blijven rondhangen in een winkel waar de atmosfeer vervuld is van aangename muziek.

"Muziek verzacht de zeden"... vooral als hij daarvoor speciaal samengesteld werd! Dan brengt hij je in de juiste mood om jezelf een pleziertje te gunnen of om tijd uit te trekken voor jezelf...

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

Het Biosphere®-label wordt gewaardeerd door een steeds groeiend en gevarieerder publiek. Wie heeft vandaag de dag geen last van stress en droomt niet van een muzikale

rustpauze?

In deze context deden al heel wat vooraanstaande merken beroep op Biosphere® om muziekstukken in hun boodschap te integreren of om gepersonaliseerde cd's te maken die dienst doen als reclameartikel of geschenk (L'Oréal, WWF, Fitness van Nestlé, Peugeot, Coca Cola, Thomas Cook, het kuuroord van Mondorf-les-Bains, Venetië juwelen...)

Nieuw geluidsconcept

Biosphere® introduceerde onlangs een nieuw zen-geluidsconcept, dat speciaal werd ontwikkeld voor verzorgingsinstituten en fitnesscentra.

210 stukken (30 titels uit het repertoire) worden op een kleine iPod opgenomen zodat je aan één stuk door sfeermuziek kan afspelen.

Je hoeft dus niet langer de winkels af te schuimen op zoek naar cd's of om het uur een andere cd in te steken. Zo voorkom je overigens dat de muziek plots stilvalt en de sfeer helemaal om zeep is. Je hoeft ook niet langer steeds opnieuw te investeren in een eigen sonotheek om gekraste of kwijtgespeelde cd's te vervangen.

Meer verkopen en minder betalen!

Biosphere® is concipieerder en producent. Alle gebruikte muziekstukken behoren tot het exclusieve repertoire van Biosphere®, maar zijn vrij van auteursrechten. Een instituut met Biosphere® geluidsverzorging betaalt dus geen Sabambijdrage of billijke vergoeding en doet dus echt voordeel!

Bovendien is het afspelen van de Biosphere®-collectie een heuse koopstimulus. Helemaal bekoord door de muziek die wordt verspreid, laten de klanten zich graag verleiden tot de aankoop van de cd's. Een niet te versmaden extra-tje voor het instituut...



www.biosphere.com
00 32 2 732 46 66

B