Maaliskuu 2022



 **\*\*\*JULKAISUVAPAA HETI \*\*\***

Lehdistötiedote

**Genelec vaikuttaa aisteihin K-Supermarket Hertassa**

**Iisalmi – Maaliskuu 2022...** Maailmassa ei ole montaa ruokakauppaa, josta löytyy Genelecin äänentoisto, mutta [K-Supermarket Hertta](https://www.k-ruoka.fi/kauppa/k-supermarket-hertta) Helsingin Herttoniemessä ei selvästikään ole mikään tavallinen marketti. K-Supermarketit kuuluvat [K-ryhmään](https://www.kesko.fi/), joka on Suomen toiseksi suurin päivittäistavarakaupan toimija ja yksi Pohjois-Euroopan suurimmista. K-Supermarketteja on noin 250 ja ne tarjoavat asiakkailleen huippuluokan myymäläkokemuksen, joka pitää sisällään huolella valitun valikoiman paikallisia tuotteita ja erikoisuuksia. K-Supermarket Hertan kauppias Markus Ranne päätti panostaa kokemukseen entistä aistinvaraisemmalla markkinoinnilla – tuoksu- ja äänisuunnittelun yhdistelmällä houkutellaan asiakkaita ja rohkaistaan heitä viipymään. Hän kutsui helsinkiläisen [Sevende Aromasin](https://sevende.fi/) aistinvaraisen markkinoinnin asiantuntijat suunnittelemaan ympäristön, johon he käyttivät Genelecin [4000 -sarjan](https://www.genelec.fi/4000-sarja) asennuskaiuttimia.

“Äänillä voidaan vaikuttaa ihmisten viihtyvyyteen ja ostokäyttäytymiseen kaupallisissa tiloissa ja ympäristöissä, kuten supermarketeissa, hotelleissa, toimistoissa, baareissa ja ravintoloissa. Kuulo on ihmisen kolmanneksi hallitsevin aisti”, kertoo Sevende Aromasin perustaja ja toimitusjohtaja Eero Niskanen. ”Tutkimukset ovat osoittaneet, että oikeanlainen ääniympäristö voi kasvattaa myyntiä jopa 30 % ja sillä on myös positiivinen vaikutus työntekijöiden työtehokkuuteen. Mitä tulee tuoksusuunnitteluun, tutkimukset kertovat meille, että asiakkaat viipyvät jopa 40 % pidempään hyväntuoksuisessa ympäristössä. Tuoksu on siksi tärkeä osa brändäystä ja K-Supermarket Hertta halusi sisällyttää molemmat elementit osaksi kaupallista strategiaansa.”

Äänisuunnittelija [Aki Päivärinne](http://akipaivarinne.mlog.taik.fi/) kertoo, että tehtävänä oli luoda rento ja immersiivinen äänimaailma juuri remontoidulle hedelmä- ja vihannesosastolle sekä stereoäänentoisto karkkiosastolle. "Tämä oli inspiroiva tehtävä, sillä olin luonut myös myymälän aiemman monofonisen äänentoiston, mukaan lukien sen olut- ja juomaosaston", hän sanoo.

“Käytän työssäni erilaisia ​​tietokoneohjelmia, esimerkiksi sähköakustisia mallinnusohjelmistoja. Tässä tapauksessa, kun hedelmä- ja vihannesosaston kaiutinkokoonpano ei ole symmetrinen, loin mallin tilasta ohjelmiston avulla ja laskin realististen 3D-äänikuvien vaatimat viiveajat."

Kokoonpano koostuu kahdestatoista Genelec [4030](https://www.genelec.fi/4430a-smart-ip) -kaiuttimesta, jotka on sijoitettu tasaisin välein jääkaappien yläpuolelle tai ripustettuna kattoon, kun taas kahdeksan kompaktia [4020](https://www.genelec.fi/4420a-smart-ip)-kaiutinta löytyvät juomaosastolta ja neljä muuta on sijoitettu karkkiosastolle. Näitä täydentää kahdeksan strategisesti sijoitettua tuoksukonetta, jotka tarjoavat tuoksukokemuksen. Ohjaus tapahtuu [QSC Q-SYS Core 110f](https://www.qsc.com/products-solutions/q-sys/processing/core-110f/) -prosessorin avulla, jossa on kosketusnäyttöliittymä eri vyöhykkeiden säätöjen hallintaa varten.

”Hedelmä- ja vihannesosaston äänimaiseman kehittämiseksi aloin kuvitella jonkinlaista surrealististista, värikästä hedelmämaailmaa”, Päivärinne jatkaa. ”Aloin kuulla vehreitä metsiä, ​​eläimiä kaukaisuudessa, vaihtuvia säätiloja, runollisia saksofonisäkeitä, valoa ja merta ja harmonisia pilviä pään päällä - luomassa rentouttavan ja turvallisen tunteen. Ensimmäisen kuuntelun jälkeen tein vain pieniä säätöjä materiaalin dynamiikkaan, ja nyt se kuulostaa fantastiselta. Olen todella tyytyväinen lopputulokseen."

Kysyttäessä, mikä vahvisti päätöksen käyttää Genelecin kaiuttimia tässä yhteydessä, Päivärinteen vastaus on suoraviivainen: ”Olen työskennellyt Genelecin kaiuttimien kanssa useissa projekteissa noin kymmenen vuoden ajan ja olen aina nauttinut niiden käytöstä. Tässä tapauksessa 4000-sarja tarjosi korkealaatuisen, luotettavan ratkaisun immersiivisen äänimaiseman luomiseen. Ne myös näyttävät hyviltä, ​​mikä on bonusta!”

Äänimaailma yhdistettynä Sevende Aromasin tuoksusuunnitteluun ja järjestelmäintegraatioon on vaikuttanut merkittävästi myyntiin, kuten Helsingin yliopiston tuore tutkimus osoittaa. "Tutkimuksessa verrattiin aistinvaraisen markkinoinnin tuloksia vastaavan kokoisen supermarketin tuloksiin perinteisillä markkinointitekniikoilla", Niskanen kertoo. "Aistinvaraista markkinointia käyttävä supermarket menestyi kaikin puolin paremmin ja asiakastyytyväisyys oli huomattavasti korkeampi."

Sensorisen markkinoinnin vaikutusta ei mitata pelkästään välittömällä myynnin kasvulla. Positiiviset käsitykset ostopaikoista auttavat rakentamaan kestävän ja uskollisen asiakassuhteen myös pitkällä aikavälillä. On luonnollista, että halutaan asioida miellyttävissä paikoissa, ja kerta toisensa jälkeen on todistettu, että tuoksun yhdistäminen oikeaan äänikokemukseen vaikuttaa positiivisesti asiakastyytyväisyyteen.

”Käytimme laadukkaita tuoksuja ja loimme yhdessä lahjakkaan äänisuunnittelijan kanssa houkuttelevan äänimaiseman”, Niskanen jatkaa. ”Äänimaisemassa käytetään luonnonäänien ja musiikillisten elementtien yhdistelmää. Jotta se olisi aidosti immersiivinen, on tärkeää, että se kuulostaa realistiselta. Tästä syystä valitsimme korkealaatuisen äänentoistoratkaisun, joka perustuu Genelecin kaiuttimiin, sillä ne tarjoavat yksityiskohtaisen, rehellisen äänen jopa matalilla taajuuksilla. Ei ole epäilystäkään siitä, että Genelecillä oli merkittävä rooli lopputuloksissa.

*\*\*\*LOPPU\*\*\**

***Tietoa Genelecistä***

*Perustamisvuodesta 1978 lähtien ammattilaiskäyttöön suunnitellut kaiuttimet ovat olleet Genelecin liiketoiminnan ydin. Vahva sitoutuminen tutkimus- ja kehitystyöhön on tuottanut alalle uusia ratkaisuja ja vakiinnuttanut Genelecin aseman johtavana aktiivitarkkailukaiuttimien valmistajana. Yli neljäkymmentä vuotta myöhemmin Genelec-kaiutintuotteet noudattavat uskollisesti alkuperäisiä tavoitteita, jotka ovat luotettavuus, neutraali äänentoisto kaiuttimen koosta riippumatta, sekä kykyä sopeutua kuunteluympäristön akustisiin olosuhteisiin. Genelec-asiakkaat saavat alan parasta ja kattavinta tukea aina akustisen suunnittelun neuvoista ja kalibrointipalveluista tuotteiden tekniseen huoltoon ja pitkään elinkaareen. Genelec-tuotteen hankinta on turvallinen pitkän aikavälin sijoitus erinomaiseen ja luotettavaan äänentoistoon.*

|  |
| --- |
| Lehdistötiedotteet: Howard Jones, Genelec Oy Tel: +44 (0)7825 570085 email: howard.jones@genelec.com  |