

L'ODEUR DU SUCCÈS

EXPLOITER LA PUISSANCE DE L'ODEUR

ORKIN



CANADA™



« Quelle est cette odeur? »

Voilà la question qu'aucun propriétaire d'entreprise ne veut entendre. Après tout, si une odeur se répand dans votre entreprise, les clients ne perdront pas de temps à y lever le nez – et apporter leur clientèle ailleurs.

Vous pouvez maintenant respirer par le nez. Qu'il s'agisse de neutralisants d'odeur ou de marketing olfactif, Orkin Canada flaire une bonne affaire en chassant les mauvaises odeurs qui peuvent vous coûter cher.

RISQUES ASSOCIÉS AUX ODEURS

Les humains retiennent 5 % de ce qu'ils observent, 2 % de ce qu'ils entendent et **35 % de ce qu'ils sentent.**¹ En fait, l'odorat est le plus puissant des cinq sens, ce qui fait qu'il représente la plus grande menace à votre entreprise. L'odeur peut :



SALIR VOTRE RÉPUTATION

L'odeur communique la qualité et la propreté d'un lieu, ce qui est idéal pour les parfumeries – mais non pour votre entreprise qui ne sent pas la rose.




LAISSER UNE IMPRESSION DURABLE

L'odorat est le seul sens qui est directement lié au système limbique du cerveau – le foyer pour la mémoire et les comportements affectifs. Alors, une odeur désagréable peut rapidement susciter des sentiments défavorables chez vos clients.



ÊTRE DIFFICILE À CHASSER

Les recherches révèlent que combattre les mauvaises odeurs est un défi pour les professionnels d'assainissement de toute entreprise.² En fait, 79 % des spécialistes de l'entretien disent que l'élimination des odeurs est leur plus grand défi, particulièrement les odeurs liées aux déchets et aux salles de toilettes.



L'ODEUR DU SUCCÈS

Il n'y a aucun doute que l'odeur des biscuits de Grand-maman est beaucoup plus appétissante que, disons, l'odeur corporelle. Après tout, l'odeur est un outil indispensable pour raviver certains souvenirs et pour susciter de vives émotions, ce qui peut être bon ou mauvais pour les affaires, selon les odeurs qui persistent.

Des magasins de détail et d'alimentation aux immeubles d'appartement et aux hôtels, les entreprises se servent de plus en plus de l'odeur pour attirer leurs clients. Outre la création d'émotions positives, les odeurs ont eu une incidence sur les décisions d'achat des clients.



Selon l'American Marketing Association, les **personnes restent 44 % plus longtemps dans des entreprises qui diffusent une odeur agréable.**³



Notre sens de l'odorat est très puissant. Quand il s'agit d'accroître l'émotion, l'évaluation et d'influencer la volonté du consommateur à visiter un magasin ou à acheter un produit, c'est l'odeur qui a la plus grande incidence.⁴

En fait, **nous sommes 100 fois plus susceptibles de nous souvenir de quelque chose que nous sentons** qu'une chose que nous observons, entendons ou goûtons.⁵



Dans un casino à Las Vegas, les **machines à sous situées dans un endroit parfumé ont contribué à une augmentation des revenus de 45 %** par rapport aux machines situées dans un endroit non parfumé.⁶



Vous êtes prêts à démarrer sur les chapeaux de roue? Une étude fait état que les **acheteurs étaient 84 % plus susceptibles d'acheter une paire de chaussures dans une salle parfumée** – et ils paieraient même plus pour elles.⁷

Alors, quelles fragrances font l'affaire? Laissez-vous imprégner d'odeurs qui peuvent aider vos clients à voir la vie en rose.⁸



AGRUMES ÉNERGIE

Les fragrances comme le citron et l'orange accroissent l'énergie et la vivacité d'esprit.



MENTHE CONCENTRATION

La menthe poivrée favorise la motivation, l'endurance cognitive et le rendement général.



PIN RELAXATION

L'odeur de pin atténue le stress, réduit l'anxiété et crée une sensation de détente.



HERBES RENOUVELLEMENT

Les fragrances de thé vert et de thé blanc réduisent la tension et créent un sentiment d'équilibre.



FLORAL TRANQUILLITÉ

Les fragrances comme la lavande calme les nerfs, alors que le jasmin remonte le moral.



VANILLE JOIE

L'odeur de vanille crée une sensation de sérénité et encourage les bons souvenirs.



LA SOLUTION D'ORKIN CANADA

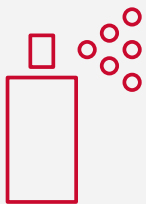
D'après Orkin Canada, la maîtrise des mauvaises odeurs peut faire toute la différence. C'est la raison pour laquelle que les services d'odeur d'Orkin Canada offrent deux options pour assurer la fraîcheur de votre entreprise : AirRemedy™ pour neutraliser les odeurs et AirSpa™ pour diffuser les odeurs.

LA PUISSANCE DE L'ODEUR À VOTRE DISPOSITION

Les services d'odeur d'Orkin Canada place la puissance de l'odeur à votre disposition. Dotés de diffuseurs d'air spécialement conçus pour les grands espaces, ces dispositifs distribuent uniformément et continuellement un fin brouillard dans l'air. Vous percevez des mauvaises odeurs? Vous vous trompez sûrement.

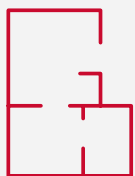
AirRemedy

AirRemedy est un système de contrôle des odeurs qui ne masque pas simplement les odeurs, il les élimine. Qu'il s'agisse des salles de déchets, des salles de compacteurs, des entrées de bureau et des aires communes, les dispositifs AirRemedy s'attaquent aux mauvaises odeurs dans l'air et les neutralisent afin de créer une expérience positive, tant pour les clients que pour les employés.



ÉLIMINE LES MAUVAISES ODEURS

AirRemedy s'attaque aux odeurs à la source. Ce dispositif distribue uniformément un fin brouillard qui ne se décompose pas ou qui ne laisse pas de résidus.



NEUTRALISE LES GRANDS ESPACES

Vestibule? Salles à ordures? Pas de problèmes. Aucun espace n'est trop grand pour AirRemedy qui diffuse un fin brouillard invisible dans l'air. Plutôt que tomber au sol, le fin brouillard diffusé par ce dispositif garantit une répartition équilibrée et uniforme dans chaque pièce – peu importe la taille.



GARANTIT UN MILIEU PLUS FRAIS

La technologie de fusion froide neutralise les odeurs remplies de bactéries – puis laisse une odeur fraîche et propre sur son passage. Mauvaises odeurs, nous avons trouvé votre maître!

AirSpa

Dans un marché fortement concurrentiel, la publicité est dominée par les repères visuels; cependant, les entreprises peuvent passer à la prochaine étape en créant une expérience unique au moyen de fragrances. Grâce aux fragrances naturelles faites d'huiles essentielles, AirSpa crée une expérience positive pour vos clients dès qu'ils entrent chez vous.



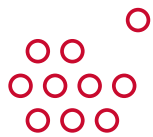
AMÉLIORE LA FIDÉLITÉ À LA MARQUE

Les odeurs peuvent aider les entreprises à créer une identité exclusive qui évoque un lien affectif entre les produits ou les services, et le client.



RENFORCE LE SERVICE À LA CLIENTÈLE

Les études révèlent que les clients exposés à un milieu parfumé ont des expériences stimulantes, mémorables et enrichissantes.



DIFFÉRENCIE VOTRE MARQUE

En choisissant une fragrance qui correspond à votre entreprise, vous pouvez vous différencier des concurrents.

Fragrances



Agrumes



**Thé blanc
et gingembre**



**Thé vert
et thym**



**Thé
matcha**



**Limette
et menthe**



**Conifère
et laurier**



Neutre
*(élimine simplement
les odeurs)*

RESPIREZ PROFONDÉMENT.

Nous savons ce qu'il faut pour garder votre entreprise à la hauteur des attentes. Qu'il s'agisse d'éliminer une odeur nauséabonde dans la salle à ordures ou d'aider les clients à se sentir rafraîchis dans le vestibule, les services d'odeur d'Orkin Canada sont à votre disposition.

Communiquez avec nous au 1 800 800-6754 ou consultez le site orkincanada.ca dès aujourd'hui pour vous renseigner davantage sur la façon d'influencer positivement votre entreprise à l'aide des services d'odeur.

ORKIN



CANADA™

Référence bibliographique

1 Rockefeller University study (1999).

2 Foster, R.D. (2017), "Tackling Tough Facility Odors." *Cleaning & Maintenance Management*.
<https://www.cmmonline.com/articles/tackling-tough-facility-odors>.

3 Conick, H. (2017), "Good Smells Are Good Marketing: How to Use Scent to Your Advantage." *American Marketing Association*. <https://www.ama.org/publications/eNewsletters/Pages/good-smells-good-marketing-how-use-scent-advantage.aspx>.

4 Smiley, M. (2014), "Dollars & Scents: From Clothes to Cars to Banks, Brands Seek Distinction Through Fragrance." *AdAge*.
<http://adage.com/article/cmo-strategy/smell-money-marketers-sell-scent/296084/>.

5 Vlahos, J. (2007), "Scent and Sensibility," *The New York Times*.

6 Hirsch, A. (1995), "Effects of Ambient Odors on Slot-Machine Usage in a Las Vegas Casino." *Psychology & Marketing*.

7 Lindstrom, M. and Kotler, P. (2005), *Brand Sense: Build Powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound*, New York, NY: Simon and Schuster.

8 Holmes, L. (2014), "11 Scents That Can Do Wonders For Your Wellbeing." *Huffington Post*. https://www.huffingtonpost.com/2014/04/26/scents-and-wellbeing_n_5193609.html.

Murao, S., Yokogoshi, H. and Yoto, A. (2013), "Effect of Smelling Green Tea on Mental Status and EEG Activity." *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/272657130_Effect_of_Smelling_Green_Tea_on_Mental_Status_and_EEG_Activity.

Smiley, M. (2014), "Dollars & Scents: From Clothes to Cars to Banks, Brands Seek Distinction Through Fragrance." *AdAge*.
<http://adage.com/article/cmo-strategy/smell-money-marketers-sell-scent/296084/>.

Fox, K. "The Smell Report." *Social Issues Research Centre*.

Evans, L. (2012), "6 Scents that Can Transform Your Mood and Productivity." *Entrepreneur*.
<https://www.entrepreneur.com/article/224575>.