##### Voňavkářské zboží

Složení

**1) ethanol** = alkohol

**2) vonné látky -** užívá se směs - 30 až 700 složek, používají se vonné látky **přírodní nebo syntetické.**

 **- přírodní mohou být živočišné nebo rostlinné**

**3) barviva –** vyvolávají představu o vůni

Stavba voňavkářského zboží – lineární, pyramidální

**Lineární stavba voňavek** - vůně se **nemění,** **voní stále stejně,** jen **slábne** - např. Giorgio, Gardénia …

**Pyramidální stavba voňavek**  - na trhu převažují, **vůně se na pokožce během 1 hodiny postupně mění**

**Hlava** – působí 3 až 5 min, zajišťuje první dojem zákazníka

**Srdce** – působí až 1 hodinu

**Tělo** – přetrvává několik hodin, vytváří hlavní přetrvávající dojem z parfému

Konečná vůně na pokožce konkrétního uživatele je výsledkem vzájemného působení

složek potu, kožního filmu a těla voňavky.

Proto na každé osobě voní parfém poněkud odlišně!

### **Rozdělení voňavkářského zboží podle koncentrace vonných látek ve výrobku**

tělové tonikum (Eau fraiche) ..….. **do 3 %**

 EdC (kolínská voda) ………… do 4 %

 **EdT (toaletní voda)** …………. **do 8 %**

 EdP (parfémová voda) …………. do 15 %

 **Parfém** .………… **do 30 %**

Trvanlivost parfémů

**Originálně zabalený** – **1 až 3 roky** (tma, teplota 20oC)

**Otevřený** – **6 měsíců** až 1 rok

**Příznaky stárnutí a rozkladu vonných látek** – **tmavne**, na stěnách a kolem uzávěru se usazuje **pryskyřičný prstenec**. Vůně se mění až po nakyslou či pryskyřičnou!

Balení parfémů



**Flakón** = **umělecky zpracovaná lahvička**, která **je v souladu s vůní a názvem výrobku**

 - zajišťuje první kontakt se zákazníkem

 - významná součást reklamy

### **Davidoff_Echo_for_Men_EDT_50ml_sprayObjem parfémů se udává v**:  **fl. oz. = fluidní unce = 29, 5753 ml**

 **ml = mililitrech**

Nejprodávanější objemy - ………………………………………………………………….....

**Typy vůní**

**citrusová, květinová, dřevitá, kořeněná, tabáková, juchtová (kůže), zelených rostlin, mošusová, pryskyřičná …**

vůně pro ženy - ………………………………………………………………………………………………

vůně pro muže - ……………………………………………………………………………………………..

### **Výběr vůně zákazníkem**



1. **dle barvy vlasů**
2. **dle temperamentu**
3. **dle věku**
4. **dle účelu použití –** práce, společnost, den, večer
5. **dle roční doby**
6. **dle typu pleti –** suchá pleť – **EdP, P** mastná pleť – **EdC, EdT**

Typy žen dle výběru vůně – klasická, elegantní ….. sportovní, extravagantní

**Pánské typy vůní již nejsou vyhrazeny pouze mužům! Unisex vůně!**

**Zásady prodeje**

**Výrobky nevystavovat sálavému teplu (svítidla, topení, sluneční záření)!**

(Správné nasvícení světelnými zdroji, které produkují **málo** tepla - zářivky, LED)

**Postup při výběru:**

* pro **počáteční orientaci v sortimentu použít papírové proužky** (pro rozhodnutí a vyřazení)
* vybrané vzorky – **maximálně 4 – vyzkoušet na vlastní pokožce** (zápěstí)
* pro **neutralizaci vůně v nose** mají být v parfumériích dózy se zrnkovou kávou
* respektovat **rozvoj vůně pyramidálních výrobků**

 (**alkohol**, 1 min – **špička**, 3 min – **srdce,** 5 až 30 min – **tělo**, rozvoní se asi za 1 hodinu)





