



aelia  DUTYFREE
The Art of the Gift

Aelia Duty Free Next Generation: Le plus grand concept de duty-free clé de notre portefeuille

Aelia Duty Free Next Generation a été conçu pour répondre aux attentes de nos voyageurs, concédants et marques.

L'ambition d'Aelia Duty Free Next Generation est de faire vivre une expérience duty-free inoubliable. Pour cela, notre concept retail s'appuie sur les quatre piliers suivants :

- **Facilitation:** Le shopping duty-free est facilité par une bonne visibilité et présentation des catégories, des prix inférieurs à ceux des magasins de centre-ville et une bonne connaissance des produits, afin d'offrir une expérience de shopping véritablement fluide et, surtout, inoubliable. Nous concevons de nouveaux services pour simplifier le parcours de nos clients, tels que le « Click&Collect » et « Shop&Collect ».
- **Un service attentionné:** En partenariat avec Luxury Attitude, un spécialiste de la création de signatures de services, nous nous sommes servis du programme de formation certifié ISO de la marque pour créer un nouveau protocole de service pour Aelia Duty

Free - Next Generation (OSCAR). C'est une signature de services qui guide la façon dont le personnel s'adresse aux voyageurs.

- **Ici et nulle part ailleurs:** pour être mémorable, l'expérience shopping chez Aelia Duty Free se doit d'être unique. Chaque magasin met en valeur l'originalité des spécificités locales en choisissant des thématiques, des produits et des animations sensorielles emblématiques. Le concept inclut aussi des expériences en magasin interactives et immersives dans chaque catégorie qui apportent divertissement et émotion et émotion à chaque étape du parcours client.
- **L'Art du cadeau :** La plupart des voyageurs se rendent dans une boutique duty-free pour y acheter un cadeau. Dans l'offre Aelia Duty Free Next Generation, le cadeau revêt une grande visibilité pour le consommateur qui bénéficie de signatures de services, d'emballages-cadeaux et d'un merchandising de produits sélectionnés. « L'art du cadeau » est la signature de la marque et elle résume son positionnement.

 12
pays

 133
magasins

 1
gare