



Tuoksuopas Stockmannin myyntihenkilöstölle

Roosa Harsia & Saga Melander

2023 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Tuoksuopas Stockmannin myyntihenkilöstölle

Roosa Harsia & Saga Melander
Kauneudenhoito- ja kosmetiikka-
alan koulutusohjelma
Marraskuu, 2023

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tukea Stockmannin aloittelevia kosmetiikkamyymiä ja lisätä myyjien ammattitaitoa tuoksuihin liittyen. Työn tavoitteena oli luoda myyjien ammattitaitoa kehittävä tuoksuopas. Tuoksut ovat monimutkainen osa kosmetiikkamyyntiä, minkä vuoksi ne voivat olla haastavia aloittaville myyjille. Opinnäytetyötä varten tutkittiin tuoksujen teoriaa. Työn teoriaan valittiin tärkeimmät asiat kosmetiikkamyynnin näkökulmasta. Tuoksuista on vaikeaa löytää tietoa yhdestä lähteestä. Työhön koottiin oleellinen tieto tuoksuista tiivistetysti. Opinnäytetyön teoria rajattiin seuraaviin aiheisiin: tuoksujen historia, tuoksujen valmistaminen, tuoksupitoisuudet, tuoksupyramidi, tuoksuperheet, yleiset tuoksuruoka-aineet, tunnetut tuoksutalot sekä tuoksujen myynti. Teoriassa hyödynnettiin tuoksuopas-kouluttajan antamaa haastattelua. Haastattelu käsitteli tuoksuja ja tuoksujen myymistä. Teoria rakennettiin myyntityötä tukevaksi kokonaisuudeksi.

Ratkaisuksi myyjien haasteisiin päädyttiin tekemään tuoksuopas Stockmannin verkko-oppimismaailmaan. Oppaan tavoitteena oli laajentaa ja syventää myyjien tietämystä tuoksuista. Opas helpottaa uusien myyjien kouluttautumista tuoksujen myyntiin. Kehittämistyönä tehtiin opas, joka sisältää myyjille oleellimmat asiat tuoksuista. Oppaan sisältö rakennettiin tiivistettyyn muotoon tutkitusta teoriasta. Muut tuoksuista kiinnostuneet voivat opiskella itsenäisesti koottua materiaalia julkaistusta opinnäytetyöstä.

Roosa Harsia, Saga Melander

Fragrance guide for Stockmann's Sales Personnel

Year 2023

Pages

76

The purpose of this thesis was to support new cosmetic sales personnel at Stockmann and enhance the personnel's expertise in fragrances. The goal of this thesis was to create a fragrance guide that develops the skills of the sales personnel. Fragrances are a complex part of cosmetic sales, which can be challenging for new employees. The theory of fragrances was studied for this thesis, focusing on the most important aspects from the perspective of a cosmetics salesperson. Information about fragrances is not easily found in a single source, so essential information about fragrances was gathered and summarised for this thesis. The theoretical framework of the thesis was limited to the following topics: the history of fragrances, fragrance manufacturing, fragrance concentrations, fragrance pyramid, fragrance families, common fragrance ingredients, renowned fragrance houses and fragrance sales. An interview with a fragrance trainer was used in the theoretical framework, which covered the topic of fragrances and selling them. The theory was constructed into a cohesive framework that supports sales work.

To address the challenges faced by salespersons, a fragrance guide was developed for Stockmann's online learning platform. The guide's objective was to expand and deepen the sales personnel's knowledge of fragrances, making it easier for new sales personnel to receive training in fragrance sales. As part of the development work, a guide was created that includes the most essential information about fragrances for sales personnel. The content of the guide was summarised from the theoretical framework. All those who are interested in fragrances can independently study the compiled material from the published thesis.

Keywords: fragrances, cosmetic sales, fragrance guide, training

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Yhteistyökumppanin esittely	7
3	Tuoksujen historia	8
3.1	Mesopotamia, Egypti ja Israel	8
3.2	Kreikka, Rooma ja Islam	9
3.3	Renessanssi: Italia ja Ranska	11
4	Tuoksujen valmistaminen	12
5	Tuoksupitoisuudet	14
6	Tuoksupyramidi	15
7	Tuoksuperheet	17
7.1	Raikkaat tuoksut ”Fresh”	17
7.2	Kukkaistuoksut ”Floral”	18
7.3	Itämaiset tuoksut	19
7.4	Gurmandi-tuoksut ”Gourmand”	20
7.5	Chypre-tuoksut	20
7.6	Metsäiset tuoksut ”Woody”	21
7.7	Saniaistuoksut ”Fougère”	22
8	Yleisiä tuoksurauka-aineita	22
8.1	Bergamotti	22
8.2	Jasmiini	23
8.3	Myski	24
8.4	Patsuli	26
8.5	Ruusu	27
8.6	Santelipuu	28
8.7	Vanilja	29
8.8	Vetiver	31
9	Tunnettuja tuoksutaloja	32
10	Tuoksujen myynti	35
11	Tuoksuoppaan toteutus	36
12	Pohdinta	45
	Lähteet	48
	Kuvat	53
	Liitteet	54

1 Johdanto

Monelle aloittelevalla kosmetiikkamyymälälle tuoksut ovat haastava kosmetiikan osa-alue. Tuoksujen myyminen on monimutkaista työtä, joka vaatii taustatietoa ja osaamista tuoksujen eri osa-alueista. Monelle ihmiselle tuoksut ovat henkilökohtaisia, joten myyjän on osattava ohjata eri mieltymyksiä omaavia asiakkaita. Tuoksun käyttöaika ja -paikka ovat ratkaisevia tekijöitä oikean tuoksun valinnassa. Taustatutkimus on tärkeää asiantuntevan palvelukokemuksen takaamiseksi asiakkaalle. Opiskelemalla tuoksujen taustaa myyjän on helpompi huomata erot tuoksujen välillä. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää Stockmannin kosmetiikkamyymälän tuoksutietämystä sekä helpottaa tuoksujen myyntiä. Myyjät ovat usein koulutuksiltaan kosmetologeja, kosmetiikkaneuvojia, maskeeraajia tai estenomeja. Kosmetiikka-alan koulutuksissa keskitytään enimmäkseen ihonhoitoon ja meikkeihin, jolloin tuoksut jäävät taka-alalle.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda kehittämistyönä tuoksuopas Stockmannin kosmetiikkamyymälälle. Tuoksuopas julkaistaan Stockmannin verkko-oppimismaailmaan, josta myyjien on helppo suorittaa tuoksuopaskoulutus ja palata materiaalin pariin myöhemmin. Varsinainen opinnäytetyö liitetään myös verkko-oppimismaailmaan, jolloin myyjät pystyvät halutessaan perehtymään syvällisemmin aiheeseen. Opinnäytetyön teoria toimii perustana tuoksuoppaalle. Oppaaseen on kirjoitettu teorian sisältö tiivistettynä. Teoria on rajattu tärkeimpiin ydinasioihin kosmetiikkamyymälän näkökulmasta. Työhön haastateltiin tuoksuopasopettajaa, joka antoi työhön arvokasta tietoa tuoksujen myynnistä. Tuoksuista on saatavilla rajallisesti tietoa. Tuoksuun liittyvistä aihealueista joutuu etsimään tietoa erillisistä lähteistä. Aiheesta on vähän tieteellistä kirjallisuutta ja luotettavia sähköisiä lähteitä on vaikea löytää. Opinnäytetyön ja tuoksuoppaan tavoitteena on koota tietoa tuoksuista yhteen helposti luettavaan kokonaisuuteen. Tiivistetty opas auttaa etenkin uusia myyjiä työn alkuvaiheessa. Oppaan tavoitteena on myös syventää ja laajentaa myyjien tuoksutietämystä.

Opinnäytetyön teoria sisältää seuraavat aiheet; tuoksujen historia, tuoksujen valmistaminen, tuoksupitoisuudet, tuoksupyramidi, tuoksuperheet, yleiset tuoksuruoka-aineet, tunnetut tuoksuvalmisteet sekä tuoksujen myynti. Tuoksujen historia toimii yleissivistävänä pohjatietona myyjille. Se ei ole olennainen osa myyntiä, mutta se johdattelee lukijaa tuoksujen teoriaan. Historiaosuus auttaa lukijaa ymmärtämään, mistä tuoksut tulevat ja kuinka iso merkitys niillä on ollut ihmisille läpi historian. Tuoksujen valmistamisosiossa käsitellään tuoksujen eri valmistusmenetelmiä. Tämä osio on täydentävässä myyjille tärkeää tuoksupitoisuusosiossa, jossa käsitellään eri tuoksutyyppisiä. Tuoksupyramidiosio käsittelee kosmetiikka-alalla yleisesti käytettyä kuviota, joka kuvailee tuoksun rakennetta. Tuoksupyramidin

ymmärtäminen helpottaa tuoksujen kuvailua asiakkaille. Teoriaan sisältyy myös tuoksuperheet, joiden ymmärtäminen on myyjän näkökulmasta erityisen tärkeää. Osion avulla myyjä oppii ymmärtämään eri tyyliä tuoksua, joka kehittää tuoksujen myyntitaitoa. Teoriaan valittiin suosittuja ja yleisesti käytettyjä tuoksuruoka-aineita eli tuoksunuohteja. Raaka-aineet on rajattu eri tyyliin tuoksuaineisiin, jotta myyjä saa mahdollisimman monesta eri tuoksutyyppistä tietoa. Tuoksutalot-osiossa käydään läpi tunnettuja tuoksutaloja. Tuoksutalot on valittu Stockmannin valikoiman perusteella. Joukossa on luksuskosmetiikkabrändejä sekä tuoksuihin erikoistuneita brändejä. Tuoksujen myyntiosiossa kerrotaan tuoksujen myymisestä ja siihen liittyvistä aiheista. Luvun teoria on kerätty tuoksukouluttajan haastattelusta, josta saatiin paljon tärkeää tietoa tuoksujen myyntityöstä. Osiossa kerrotaan tuoksutarinoista, tuoksujen kerrostamisesta ja -kestävyydestä myyntityön apuna.

2 Yhteistyökumppanin esittely

Stockmann-konserni on 460 myymälän liittymä, joka toimii 18 maassa. Siihen kuuluu 8 tavarataloa Suomessa ja Baltiassa, verkkokauppa stockmann.com sekä muotiketju Lindex. Stockmann tarjoaa asiakkailleen monipuolista laatua muodissa, kauneudessa sekä kodin tuotteissa niin arkeen kuin juhlaan. (Stockmann Group 2014.) Helsingin keskustan Stockmann-tavaratalo on ensimmäinen laatuaan ja ollut toiminnassa jo vuodesta 1930 lähtien. Se on yksi Euroopan suurimmista tavarataloista ja hyvin keskeinen maamerkki Helsingin keskustassa. Vuokralaiset täydentävät tavaratalon laajaa valikoimaa elintarvikkeilla, elektroniikalla, lemmikkieläintuotteilla ja leluilla. Stockmannin tarjontaan kuuluu myös erilaiset palvelut, kuten pukeutumispalvelut, kauneudenhoito sekä kodinsisustus. Palveluita tehdään paikan päällä sekä etäyhteydellä. Helsingin keskustan tavaratalosta löytyy myös lukuisia ravintoloita ja kahviloita. (Stockmann 2023a.)

Konsernin päivittäistä toimintaa ohjaavat Stockmannin arvot, strategia, toimintaperiaatteet ja vastuullisuusstrategia. Kolme Stockmannin henkilökunnan tärkeää arvoa ovat ”Keskityn asiakkaaseen - *Ymmärrän, inspiroin ja ratkaisen.*”, ”Toimin rohkeasti - *Uskallan, uudistun ja päätän.*” sekä ”Teemme yhdessä - *Välitän, osallistun ja saavutan.*” (Stockmann 2023b.) Vastuullinen liiketoiminta on keskeinen osa arvoja ja päivittäistä tapaa toimia. Stockmannilla on pyrkimys toimia kestävä tulevaisuuden hyväksi. Arvot ja toimintaperiaatteet määrittävät johdon ja henkilöstön tavan toimia. Näitä periaatteita vaalivat myös tavarantoimittajat sekä muut yhteistyökumppanit. (Stockmann 2023c.)

Stockmannilla on todella laaja valikoima tuoksubrändejä kosmetiikkavalikoimassaan niin tavarataloissa kuin verkkokaupassa. Laadukkaita tuoksua on saatavilla naisille, miehille ja kotiin. Tuoksupuolelta löytyvät hajuvedet, vartalonhoitotuotteet, deodorantit sekä

tuoksukynttilät. Arvostettujen muotitalojen ja kosmetiikkamerkkien tuoksuvalikoimaan kuuluvat esimerkiksi Tom Ford, Hermès, Gucci, Dior, Yves Saint Laurent, Chanel, Prada, Armani, Guerlain, Dolce & Gabbana, Maison Margiela ja Calvin Klein. Valikoimasta löytyy myös useita tuoksuihin erikoistuneita brändejä, jotka ovat tuoksuharrastajien suosiossa. Näitä merkkejä ovat Byredo, Diptyque, Jo Malone London, Acqua di Parma ja Parfums de Marly. (Stockmann 2023d.)

3 Tuoksujen historia

Nykyäänä käytetty sana "hajuvesi" tai "tuoksu" juontaa juurensa latinalaisesta lauseesta "per fumus", joka tarkoittaa suomeksi käännettynä "savun läpi". Muinainen hajuvesien valmistustaito sai alkunsa Mesopotamiassa ja Egyptissä. Roomalaiset ja persialaiset kehittivät tuoksuvalmistusta entisestään myöhemmin. Hajuvesien alkuhistoria voidaan jäljittää jo esihistoriallisiin aikoihin, sillä tutkijat ovat löytäneet todisteita aromaattisten öljyjen sekä kasvi- ja kukkaesanssien käytöstä eri tarkoituksiin. Suitsuke oli varhaisin hajuvesimuoto, jonka mesopotamialaiset löysivät noin 4000 vuotta sitten. Sitä käytettiin uskonnollisissa seremonioissa. Ihmiset liottivat myös aromaattista puuta ja hartsia veteen öljyn kanssa ja käyttivät tästä syntyvää nestettä vartalollaan. Luonnollisia tuoksuja käytettiin myös palsamointitarkoituksiin. Kaiken kaikkiaan tuoksujen historia on yhtä vanha kuin ihmiskunnan historia. (Gâdea, Vâtcă A. & Vâtcă S. 2017, 161.)

3.1 Mesopotamia, Egypti ja Israel

Varhaisimmat kirjatut havainnot tuoksujen käytöstä on jäljitetty Mesopotamiaan 3500 eaa., mitä pidetään länsimaisen sivilisaation kulttuurisena syntypaikkana (Museo del Perfume. 2010). Mesopotamian aikakaudella hajuvedet, öljyt ja esanssit olivat jalouden ja nautinnon symboleita. Tuoksuista tuli osa jokapäiväistä elämää sekä Mesopotamian kasvun ja kehityksen symboli. Tämä houkutteli kilpailevia sivilisaatioita. Parfyymimestarit loivat kalliita, rakkauksella valmistettuja luomuksia, jotka olivat erittäin haluttuja. Arkeologiset löydöt ovat paljastaneet, että Mesopotamian alueelle oli kehittynyt aito kosmetiikkateollisuus. (Gâdea ym. 2017, 161-162.) Sumerit käyttivät kirjoitusalusinaan savitabletteja, joista on löydettävissä lukuisia reseptejä erilaisten voiteiden ja hajuvesien luomiseen. Myös erilaiset arkeologiset löydökset, kuten 2600 eaa. eläneen sumerialaisen kuningatar Schubabin hauta, ovat vaikuttaneet suuresti käsitykseen kosmetiikan käytöstä ennen ajanlaskun alkua. Hänen haudastaan on löydetty astia esansseja varten sekä huuliväriä. Myös sumerialaisesta kirjallisuudesta löytyy paljon viitteitä tuoksuihin ja kosmetiikkaan. Tunnetuin näistä on Gilgamesh-eepos. (Gâdea ym. 2017, 161-162; Museo del Perfume 2010.)

Mesopotamian kulttuureilla oli merkittävä vaikutus muihin aikansa kulttuureihin sekä kulttuureihin aikakautensa jälkeen. Ensimmäisten joukossa oli muinainen Egypti, joka loi yhden antiikin aikakauden suurimmista sekä tärkeimmistä hajuvesi- ja kosmetiikkateollisuuksista. Egyptiläisten arki pyöri uskonnon sekä maallisuuden ympärillä. Kosmetiikan ja hajuvesien käyttö toimi tärkeässä roolissa molemmissa osissa. Kosmetiikan tuotannosta vastasivat papit, jotka asuivat lähellä temppeleitä. Heillä oli yhdessä huoneessa laboratorio, jossa valmistettiin voiteita ja tuoksua uskonnollisiin rituaaleihin. (Museo del Perfume 2010.) Muinaisissa sivilisaatioissa hajuvedet valmistettiin ilman alkoholia tai tislamista, minkä vuoksi ne olivat voiteiden, öljyjen tai suitsukkeiden muodossa. Tuoksujen ainesosat murskattiin, hienonnettiin, sekoitettiin ja haudutettiin. Hajuvesien tärkeys Egyptiläisille voidaan huomata heidän hautauskäytännöistään. Monimutkaisilla palsamointirituaaleilla estettiin vainajan ruumiin hajoaminen ja pyrittiin muuttamaan ruumis hyvän tuoksuiseksi. (Le Guéner 2013.) Tuoksujen maallinen käyttö ei rajoittunut pelkästään hygieniaan ja viettelyyn, vaan sillä oli myös terapeutin merkitys egyptiläisille. Kuulusilla ”kyphi”-tuoksulla tunnettiin olevan meditatiivisia ominaisuuksia. Sitä käytettiin myös lääkkeenä sairauksien hoidossa. Egypti vei tuoksua koko muinaiseen maailmaan vielä 100 eaa. Toinen tunnettu tuoksu ”metopion” sisälsi karvasmanteleiden ja kypsymättömien oliivien öljyä, kardemummaa, mirhaa, täpättiä, galbanumia, hunajaa, viiniä, rypäleitä ja balsamin siementä. (Le Guéner 2013.)

Vanhan testamentin mukaan hajuvedet ja tuoksuöljyt tulivat Israeliin tuontina egyptiläisiltä. Tuoksut olivat tähän aikaan kalliita ja haluttuja tuotteita. Tuoksut mainitaan todella usein Vanhassa testamentissa. Tämä osoittaa niiden arvokkuuden aikakauden juutalaisille. Tutkimusten mukaan paimenina ja viljelijöinä työskentelevät Israelilaiset oppivat hajuvesien valmistuksen Egyptin papeilta. Mooseksen aikana luotiin papeille uskonnollisiin seremonioihin erityinen tuoksu, joka oli kielletty tavallisilta ihmisiltä. Myös Uudessa testamentissa on monia viittauksia tuoksuihin, esimerkiksi Marian, Lazaruksen sisaren, voidellessa Jeesuksen jalat tuoksuöljyllä. (Gâdea ym. 2017, 162.)

3.2 Kreikka, Rooma ja Islam

Hajuvesillä oli tärkeä rooli myös antiikin Kreikassa. Kauneuden, harmonian, suhteellisuuden ja tasapainon ihanteilla oli perustavanlaatuinen merkitys taiteessa sekä arkielämässä. Tuoksuilla uskottiin olevan jumalallinen alkuperä. Kuulus kreikkalaisen runoilijan Homeroksen mukaan jumalat opettivat ihmisille hajuvesien valmistamisen salat. Monissa Kreikan mytologian kohtauksissa hajuvedet, tuoksut ja esanssit ovat esimerkiksi jumalattarien tai nymfiin luomia. (Gâdea ym. 2017, 163.) Tutkimusten mukaan antiikin Kreikan tuoksujen valmistus on saanut alkunsa Kreetalla. Siellä tuoksujen tekijät kokeilivat erilaisia uuttamistekniikoita tuoksujen luomiseen, kuten kukkien ja yrttien keittämistä ja tiivistettyjen tuoksuaineiden sekoittamista öljyihin. (Fairley & McKay 2015, 46-47.) Kreetalta ja ulkomailta

tulleita tuoksuja myytiin ympäri Kreikkaa usein pienissä kioskeissa. Kreikkalaiset oppivat kuitenkin nopeasti itse, miten tuoksuja valmistetaan. He alkoivat tuomaan maahan itämaisia tuoksu-aineita ja valmistamaan hajuvesiä. Sekä miehet että naiset käyttivät tuoksuja niin paljon, että poliitikko Solon joutui jopa kieltämään tuoksujen käytön rajoittaakseen raaka-aineiden tuonnista aiheutuvia kustannuksia. Tämä laki ei kuitenkaan pitänyt pitkään, sillä enemmistö vastusti kieltä. (Museo del Perfume 2010.) Hajuvesillä oli erittäin keskeinen rooli jumalten palvonnassa, sillä tuoksujen uskottiin miellyttävän jumalia. Tuoksuja käytettiin myös hygieniasyistä. (Fairley ym. 2015, 46-47.)

Antiikin roomalaiset hurmioituivat tuoksuista Kreikan ja Lähi-Idän vaikutuksesta (Fairley ym. 2015. 47). Ensimmäiset barbaarit, joilla oli mukanaan hajuvesiä, saapuivat Roomaan Kreikan siirtomaasta Etelä-Italiasta. Roomassa asui aluksi köyhä maanviljelijöiden ja paimenien kansa, joka joutui jatkuvasti puolustautumaan naapuriheimojen hyökkäyksiltä. Myöhemmin yllättävät sotilaalliset voitot ja Rooman suhde etruskeihin ja kreikkalaisiin muuttivat radikaalisti roomalaisten elämää. Ajan myötä Roomasta nousi rikas ja vauras valtakunta, josta tuli sivilisaation ja vallan symboli. Tämän lisäksi kauneudella, ylellisyydellä ja eleganssilla oli iso merkitys roomalaisille. (Gâdea ym. 2017, 163.) Aluksi hajuvesiä käytettiin ainoastaan uskonnollisissa tilaisuuksissa ja tärkeissä hautajaisissa (Fairley ym. 2015. 47). Pian kauneutta ihaileva kansa alkoi kiinnostumaan tuoksuista ja vähitellen hajuvesimuoti ulottui valtakunnan rajoihin asti. Kulutus lisääntyi huomattavasti ja hajuvesivalmistajat eivät pystyneet vastaamaan kysyntää. Yleisen uima-altaan veteen lisätyt tuoksut houkuttelivat ihmisiä. Kylpylöissä oli usein esillä laaja valikoima hajuvesiä kaikille käytettäväksi. (Gâdea ym. 2017, 163.) Keisari Neron järjestämässä bakkanaaleissa hän suihkutti vieraidensa päälle ruusuvettä ruokalajien välissä. Rooman sotavoittojen juhlissa Julius Caesarin aikaan kansan sekaan heitettiin hajuvesipulloja voiton kunniaksi. Roomassa käytettiin 2800 tonnia olibaanihartsia ja 550 tonnia mirhamia vuodessa 100 vuotta jälkeen ajanlaskun alun. Rooman suihkulähteissä virtasi ruusuvesi. (Fairley ym. 2015. 47.) Aluksi tuoksuja ja kosmetiikkaa käyttivät vain aateliset, mutta niiden hintojen laskun myötä tuoksut olivat kaikille saatavilla (Gâdea ym. 2017, 163).

Idässä Bysantin valtakunta, Rooman perillinen, otti haltuunsa hajuvesien valmistuksen taiteen ja kehitti siitä kukoistavan tuoksu- ja hajuvesiteollisuuden. Voidaan sanoa, että se oli jopa Roomaa mahtavampi tuoksujen valmistuksessa, sillä raaka-aineet saatiin läheltä. (Museo del Perfume 2010.) Arabia tuotti ainoana paikkana maailmassa mirhamia, kassiakanelia, labdanumia ja olibaanihartsia (Fairley ym. 2015. 47). Rooma taas oli maa, jonka hajuvesiteollisuus oli täysin riippuvainen tuonnista. Ei kestänyt kauaakaan, kun arabit ottivat tuoksut haltuunsa ja nostivat tuoksujen valmistuksen täysin uudelle tasolle. Etelä-Arabia, joka on nykyään Saudi-Arabi, oli muinaisina aikoina paratiisi, jonka lehtimetsien runsaus ja puutarhojen kauneus aromaattisine puineen teki siitä salaperäisen ja eksoottisen paikan. Kamelikaravaanit kaukaisesta Arabiasta, joka tunnetaan tarinoissa ”hajuvesien maana”, saavuttivat Välimeren

rannikon ylittäen aavikon ja kuljettaen suitsukkeita ja esansseja lännen markkinoille. (Museo del Perfume 2010.) Arabialaiset vaihtoivat arvokkaita tuoksujia esimerkiksi helmiin, silkkeihin, hevosiin, posliiniin ja kultaan (Fairley ym. 2015. 47). 700-luvun alussa Muhammed saarnasi oppejaan perustaen Islamin uskon, joka levittäytyi pian Lähi-Idästä Espanjaan. Muhammed rakasti hajuvesiä. Koraanissa uskovaisten luvataan tuoksujen paratiisi, jossa tuoksuu mitä puhtain myski. Tuoksualalla arabit olivat taitavia asiantuntijoita, jotka omaksuivat uusia tekniikoita täydentäen aikaisempien kulttuurien tietämystä tuoksujen valmistuksesta. Arabit aloittivat ensimmäisinä alkoholin tislauksen tuoksupohjia varten. Ruusuvedestä, myskistä ja sivetistä tuli suosituimpia tuoksujia läpi keskiajan. (Museo del Perfume 2010.)

3.3 Renessanssi: Italia ja Ranska

Venetsia ja Firenze olivat renessanssin aikana tärkeimmät kulttuurilliset ja sotilaalliset paikat. Niistä muovautui hajuvesiteollisuuden uudet pääkaupungit. (Gâdea ym. 2017, 165.) Genova ja Venetsia hallitsivat Välimeren kauppaa toimien lähes monopoliasemassa Lähi- ja Kaukoidästä tulevien tuotteiden kuljetuksessa. Venetsialla oli ensisijainen rooli arvotavaroiden kaupassa. Harvinaisia silkkejä, kankaita, yrttejä ja mausteita kertyi Canal Granden varastoihin. Tämä teki Venetsiasta Euroopan varakkaimman kaupungin. Luksustavaroiden kaupan kasvu vaikutti hajuvesikaupan dominointiin. (Le Guéer 2013.) Ympäri maailmaa kerätyt tuoksujen valmistusreseptit uudistettiin, jolloin Eurooppa nousi takaisin tuoksuteollisuuden jättiläiseksi (Gâdea ym. 2017, 165). Italiasta tuli hajuvesien koti. Orvokki, iiris, myskiruusu ja hyasintti puhdistivat hiukset. Kaneli-, kamferi-, sitruuna- ja kamomillavesi kaunistivat ihoa. Myski-, lilja-, meripihka- ja appelsiinikukkahajuvedet jättivät iholle huumavaan tuoksun. Myös ruusuista, appelsiineista ja sitruunoista tehdyt voiteet ja öljyt olivat tuoksukansan suosiossa. (Le Guéer 2013.) Renessanssin aikaan hajuvesiä käytettiin myös peittämään nahan parkitsemisesta syntynyt haju. Tuoksujia suihkutettiin käsineisiin, laukkuihin ja nahkatakkeihin. (Fairley ym. 2015. 48.) Italian aateliset eivät pystyneet kuvittelemaan elämää ilman hajuvesiä. D'Medicit olivat aatelisperhe, joka tunnettiin rakkaudestaan tuoksuihin. (Gâdea ym. 2017, 165.) Kun Catherine d'Medici meni naimisiin Ranskan kuninkaan kanssa, toi hän mukanaan Ranskaan rakkautensa hajuvesiä kohtaan (The Fragrance Conservatory 2023). 1500-luvun lopulla Venetsia menetti hallitsevan asemansa luksuskaupassa Hollannin, Englannin ja Ranskan aluksille. Ranska nousi pian tuoksuteollisuuden kärkeen. (Le Guéer 2013.)

Ranska on toiminut maailman hajuvesiteollisuuden auktoriteettina lähes aina. Ensimmäisen hajuvesiliikkeen Ranskaan perusti Philippe-Augustine 1100-luvulla. Ranskassa oli aluksi ainoastaan pieniä hajuvesilaboratorioita Pariisissa ja kaupungeissa, joissa oli valmiiksi uskollinen asiakaskunta. Kaikilla aatelisilla ja kauppiailta oli eri mieltymyksensä hajuvesistä, joten tuoksuvalmistajilla oli pitkät katalogit erilaisia tuoksujia. Vähitellen tuoksujen muoti laajeni entisestään. Ranskan kuninkaista Ludvig XIV:stä ja Ludvig XV:stä tuli hajuvesien

suurkuluttajia. (Gâdea ym. 2017, 165.) Ludvig XIV pelkäsi kuollakseen kylpyjä, sillä yleisen renessanssiajan uskomuksen mukaan kylvyt aiheuttivat ruttoa ja muita sairauksia. Hän määräsi hovinsa tuoksuvalmistajat luomaan hänelle uuden tuoksun joka viikko. Ludvig XIV ja muut aateliset käyttivät ylenpalttisesti tuoksuja peittääkseen huonosta hygieniasta johtuvan hajun. (Le Guérier 2013.) Ludvig XV:n aikaan hänen hoviaan kutsuttiin Euroopassa ”tuoksuvaksi hoviksi.” Madame de Pompadour käytti järkyttävän suuria määriä hajuvesiä kuningas Ludvig XV:n asuntoon, sillä kuningas halusi päivittäin eri tuoksun kotiinsa. (Gâdea ym. 2017, 165.) Jean Fargeon oli Ludvig XV:n hovin parfymööri. Hän joutui konkurssiin vuonna 1778, sillä hänen aateliset asiakkaansa olivat hänelle velkaa valtavia summia. Ludvig XV ei koskaan maksanut Fargeonille ostamistaan hajuvesistä. Fargeonin pojasta, Jean-Louis Fargeonista, tuli kuitenkin kuningatar Marie-Antoinetten henkilökohtainen parfymööri. (Le Guérier 2013.) Marie-Antoinette rakasti hajuvesiä. Hän kehitti parfymöörinsä kanssa hyvin spesifejä, persoonallisia tuoksuja (The Fragrance Conservatory 2023).

Hajuvesien kulta-aika päättyi Ranskan vallankumoukseen, jolloin tuoksuteollisuus keskeytyi kokonaan. Tuoksut olivat aatelisten huvia, ja moni heistä joutui vallankumouksen aikaan giljotiiniin uhriksi. (Gâdea ym. 2017, 165.) Selvinneistä aatelisista moni oli menettänyt omaisuutensa, eikä hajuvesille löytynyt enää samanlaista kysyntää (Fairley ym. 2015. 48). Napoleonin, suuren tuoksujen ja makujen rakastajan, kiivetessä valtaistuimelle alkoi Ranskan tuoksuteollisuuden uusi aika. Pienet hajuvesilaboratoriot vaihtuivat isoihin tehtaisiin. Tämä toimi pohjana Ranskan edelleen kukoistavalle tuoksuteollisuudelle. (Gâdea ym. 2017, 165.) Napoleon olisi todennäköisesti pystynyt pitämään koko hajuvesiteollisuutta pystyssä hänen 50 Eau de Cologne -pullon kuukausittaisella kestotilauksella. Keisarinna Joséphine, Napoleonin ensimmäinen vaimo, oli yhtä hullaantunut hajuvesiin kuin miehensä. Hänen suosikkejaan olivat tuoksuresseda, hyasintti, ruusu, myski ja orvokki. (Fairley ym. 2015. 49.)

4 Tuoksujen valmistaminen

Tunnettuja tuoksujen valmistusmenetelmiä ovat vesihöyrytisläus, enfleurage, uuttaminen liuottimen avulla, ylikriittinen hiilidioksidiuutta ja kylmäpuristamismenetelmä. Tuoksujen valmistaminen alkaa raaka-aineiden ja tuoksumuodon valinnasta. Suurin osa nykypäivän tuoksuista on nestemäisessä muodossa. Luonnollisia tuoksuraaka-aineita viljellään ympäri maailmaa. Luonnosta saatujen tuoksujen yhdistelmä lehdistä, kukista, heinistä, hedelmistä, puista ja pihkoista sekoitetaan synteettisiin ainesosiin, jotka auttavat hajuveden kestävyudessa. Tuoksuissa käytetään synteettisiä ainesosia täydentämään tuoksuja. Joistakin luonnonantimista, kuten kielosta, on vaikea saada irti tuoksua. Tällöin kemistit saattavat luoda synteettisiä versioita luonnollisista tuoksuista. Jotkut parfyymitalot ovat tehneet

yksinoikeudella sopimuksia, jotka takaavat jatkuvan raaka-aineiden saatavuuden. (Fairley ym. 2015, 62-63.)

Vesihöyrytislauus on laajalti käytetty menetelmä tuoksujen valmistuksessa. Ainesosat, kuten ylang-ylang, ruusut tai eukalyptuksen lehdet, laitetaan tisluslaitteeseen ja niiden läpi päästetään höyryä. Tuoksut erottuvat näin raaka-aineista höyryn ansioista tiivistyksen eeterisiksi öljyiksi, jotka valuvat astiaan. Öljyfaasi jää veden pinnalle, josta se on helppo kerätä. Jäljelle jäänyttä vettä pystytään myös hyödyntämään esimerkiksi kukkaisvetenä. Ruusuvettä ja appelsiinivettä valmistetaan vesihöyrytislauksen avulla. Ne ovat kalliimpien eeteristen öljyjen oheistuotteita. (Fairley ym. 2015, 63.)

Enfleurage, eli kylmänä uuttaminen, on tekniikka, jossa kukkia kerrostetaan lasilevyjen väliin. Lasilevyihin on levitetty puhdistettua ja hajutonta kasvi- tai eläinrasvaa. Tuoksujen annetaan imeytyä kukista rasvaan päivien tai viikkojen ajan. Kun kukkien tuoksu on siirtynyt rasvaan, vaihdetaan vanhat kukat tuoreisiin. Prosessi toistetaan niin monta kertaa, että rasvaan jää voimakas tuoksu. Tämän jälkeen rasvaseos kyllästetään alkoholilla absoluutin erottamiseksi. Absoluutit ovat arvokkaimpia tuoksujen valmistamiseen käytettyjä ainesosia ja niillä on erittäin korkea tuoksupitoisuus. Kun alkoholi haihtuu, absoluutti on valmis ja sitä voidaan käyttää hajuvesien valmistuksessa. Enfleurage-menetelmä on erittäin kallis, joten sitä ei nykypäivänä käytetä lähes ollenkaan. Sanalla enfleurage viitataan nykyään yleensä absoluutin uuttamiseen liuottamalla. (Fairley ym. 2015, 63.)

Hennot kukat, kuten hyasintti, mimosa, tuberoosa, narsissi ja jasmiini, eivät sovellu höyrytislaukseen, sillä lämpö voi tuhota ne. Näiden kukkien eeteriset öljyt saadaan kerättyä uuttamalla liuottimen avulla. Yleisesti käytettyjä liuottimia ovat esimerkiksi heksaani ja dimetyylieetteri. Uuttamisen lopputuloksena saadaan eeteristä öljyä, jonka tuoksu on todella lähellä kukan alkuperäistä tuoksua. Kun kukat kerätään pellolta, ne siirretään rei'itettyihin metalliastioihin. Kukat huuhdellaan useampaan kertaan liuottimella, jolloin niistä erittyy vahaa, pigmenttejä sekä herkkiä tuoksumolekyylejä. Liuottamalla saatu seos tulee tislata, jolloin prosessista jää jäljelle vahamainen massa, kuten aikaisemmin mainitussa enfleurage-menetelmässä. Sitä on mahdollista käyttää kiinteämuotoisena hajuvetenä, mutta yleensä massa lämmitetään ja siihen lisätään alkoholia. Tästä saadaan aikaiseksi absoluuttia, joka lopuksi voidaan ravistaa, pakastaa ja siivilöidä kylmänä parhaimman laadun takaamiseksi. (Fairley ym. 2015, 62-63.)

Ylikriittisessä hiilidioksidiuutossa käytetään korkeapaineista hiilidioksidikaasua liuottimena. Menetelmän matala lämpötila auttaa raaka-aineen luonnollisen tuoksun säilyttämisessä. (Fairley ym. 2015, 63.) Se myös ehkäisee hapettumista sekä muita ei-toivottuja reaktioita säilyttäen bioaktiiviset aineet vahingoittumattomina. Koska kemiallisia liuottimia ei

menetelmässä käytetä, siinä ei myöskään synny sivutuotteita tai muita jäämiä. (Aromtech 2023.) Lopullista tuotetta kutsutaan hiilidioksiduutteeksi (Fairley ym. 2015, 63).

Kylmäpuristamismenetelmää käytetään erityisesti sitrushedelmien kohdalla. Hedelmien kuoret puristetaan koneella, jolloin niistä erittyy eteerisiä öljyjä. Sitrusöljyä on mahdollista erotella myös höyrytislauksella, mutta kylmäpuristetut eteeriset öljyt säilyvät ja tuoksuvat yleensä paremmin. (Fairley ym. 2015, 63.)

5 Tuoksupitoisuudet

Tuoksuja valmistetaan eri pitoisuuksissa, jolloin saadaan eri vahvuisia ja tyyliisiä tuoksuja. Tuoksupitoisuudella tarkoitetaan tuoksuöljyn pitoisuutta hajuedessä. Tuoksupitoisuudet voivat vaihdella jopa 1-40 % välillä. Tuoksupitoisuus vaikuttaa siihen, kuinka voimakkaasti tuoksu leviää ympäristöön sekä sen kestävyteen iholla. Nämä ominaisuudet riippuvat myös valmistajasta. Tuoksutyypeillä on tuoksupitoisuuksien lisäksi erona tuoksujen pohja. Tuoksupohjina voidaan käyttää alkoholia, vettä ja öljyä. (Helavirta 2023.)

Eau Fraîche on tuoksutyypeistä laimein tuoksuöljypitoisuudeltaan, minkä vuoksi se on hyvin kevyt. Se sisältää tuoksuöljyä 1-3 % koostuen suurimmaksi osaksi vedestä. Useimmiten Eau Fraîche ei sisällä ollenkaan alkoholia. Öljyn vähäisyyden vuoksi se on usein edullisin vaihtoehto ja sopii hyvin käytettäväksi esimerkiksi suihkun jälkeen tuomaan lisäraikkautta käyttäjälleen. Eau Fraîche on hyvä vaihtoehto henkilöille, jotka ovat herkkiä tuoksuille tai joiden iho on erityisen kuiva. Tuoksun leviäminen ympäristöön on näissä tuoksussa vähäistä, joten se säilyy hyvin henkilökohtaisena. Eau Fraîchessa käytetään kevyitä tuoksunuotteja, minkä vuoksi se säilyy iholla 30-60 minuuttia. (Kristic 2021.)

Eau de Cologne (EdC), tai kölni, on historiallisesti tunnetuin termi hajuvesille. Kölnisch Wasser tarkoittaa vettä Kölnistä ja juontaa juurensa Saksan Kölnistä. Ensimmäisen kölninveden, Farina 1709 Eau de Colognen, luoja Johann Maria Farina nimesi tuoksun kotikaupunkinsa mukaan Cologneksi (Köln). Tuoksu muistutti Farinaa kevätaamuista Italiassa, narsisseista ja appelsiininkukista sateen jälkeen. Eau de Colognen tuoksunuotit ovat usein puhtaita, raikkaita ja virkistäviä. Miesten tuoksussa käytetään usein sitrushedelmiä, nerolia ja laventelia. Eau de Colognet pysyvät iholla 1-3 tuntia ja levittävät tuoksua lievästi ympäristöön. Niissä on 2-4 % tuoksuöljyä ja niitä käytetään edelleen useimmiten pulloista, joissa ei ole suihkesuutinta. Eau de Cologneissa on korkea alkoholipitoisuus. Ne toimivat loistavasti lämpimämpinä päivinä, sillä ne eivät pysy kauaa iholla ja ovat usein tuoksultaan raikkaita. Korkean alkoholipitoisuuden vuoksi, herkkäihoisten kannattaa käyttää niitä varoen. (Kristic 2021.)

Eau de Toilette (EdT) tarkoittaa hoitovettä Ranskaksi. Se on Eau de Colognen edeltäjä, vaikka usein tämä mielletään toisinpäin. Ensimmäinen Eau de Toilette valmistettiin 1300-luvulla Unkarin kuningattarelle Elisabethille ja sitä kutsuttiin Unkarin vedeksi. Tämä tuoksu sisälsi muun muassa rosmariinia. Aikaisemmin Eau de Toiletteä levitettiin iholle kylvyn tai parranajon jälkeen, mutta nykyään ”Eau de Toilette” -nimitys edustaa tuoksuölyn pitoisuutta hajuvedessä. Vaikka Eau de Toiletteissa on vähemmän tuoksuöljyä kuin Eau de Parfumissa ja Parfumissa, se voi olla kestävämpi kuin saman linjan tiivistetyimmät tuoksut. (Kristic 2021.) Eau de Toiletten kestävyyttä voidaan parantaa suihkauttamalla sitä vaatteille (Helavirta 2023). Eau de Toiletteissa korostuu yleensä eniten alkunuotit, kuten sitrushedelmät ja mausteet, ja niiden pohjanuotit ovat usein kevyitä. Niiden kesto vaihtelee tuotteesta riippuen 3-8 tunnin välillä. Eau de Toilette sisältävät 5-15 % tuoksuöljyä. (Kristic 2021.)

Eau de Parfum (EdP) on suosituin tuoksupitoisuus. Lähes jokaisella tuoksumerkillä on valikoimassaan tätä pitoisuutta, sillä kuluttajat hakevat usein kestäviä tuoksujia. Eau de Parfumit kestävät hyvin iholla ja vaatteissa. (Helavirta 2023.) Ne ovat syvempiä ja täyteläisempiä kuin kevyempipitoiset tuoksut. Eau de Parfum -tuoksuissa keskitytään sydäntuoksusta löytyviin keskinuotteihin. Latvatuoksu haihtuu ensimmäisenä, kun taas sydän- ja juurituoksut säilyvät iholla pisimpään. Eau de Parfum -tuoksut pysyvät iholla 6-12 tuntia. Niissä on 15-20 % tuoksuöljyä. (Kristic 2021.)

Parfum tai Extrait de Parfum on kallein tuoksupitoisuus ja se sisältää eniten tuoksuöljyä. Niitä myydään pienemmissä pulloissa kuin muita tuoksupitoisuuksia ja ne maksavat 2-4 kertaa enemmän kuin Eau de Parfumit. (Kristic 2021.) Yksi suihkaus riittää usein koko päiväksi ja parfumiä kannattaa käyttää iholla sen korkean öljypitoisuuden takia (Helavirta 2023.) Parfumit ovat erityisen suosittuja niche-tuoksupiireissä (Kristic 2021). Niche-tuoksujia valmistetaan pienemmissä erissä ja myydään tuoksujen erikoisliikkeissä tai verkossa. Termi ”niche” viittaa tuoksun ainutlaatuisuuteen. (Pairfum 2023.) Parfumeissa keskitytään yleensä koko tuoksupitoisuuteen, eli latva-, sydän- ja juurituoksut ovat kaikki yhtä tärkeässä osassa. Kaikilla näillä on selkeä alku ja kehitys tuoksussa. Parfumit kestävät iholla 12-24 tuntia ja niissä on 20-40 % tuoksuöljyä. Ne ovat paras vaihtoehto alkoholipohjaisista tuoksupitoisuuksista herkkä- ja kuivaihaisille korkean öljypitoisuuden vuoksi. (Kristic 2021.)

6 Tuoksupyramidi

Tuoksuhydistelmän ainesosat haihtuvat eri tahtiin, mikä johtuu niiden molekyylikokojen vaihtelusta. Eri tuoksuperheet voidaan jakaa kolmeen isompaan ryhmään niiden haihtuvuuden perusteella. Nämä kolme ryhmää ovat latvatuoksu eli alkutuoksu, sydäntuoksu eli keskituoksu ja juurituoksu eli pohjatuoksu. Yhdessä ne muodostavat tuoksupyramidin, jota käytetään visualisoimaan tuoksun kehitystä. Tuoksupyramidi on alalla tunnettu tapa kertoa, miten

tuoksu rakentuu. Juurituoksun ensivaikutelman sijaan tuoksua tulee arvioida vasta pidemmän kuivumisajan perusteella. On tärkeää muistaa, että joillakin sydän- ja juurituoksulla on suurempi vaikutus tuoksuun, jolloin ne vaikuttavat myös latvatuoksussa. Onnistuneesti rakennetussa hajuvedessä on hyvin sekoitettavia tuoksuviivahteita, jotka liittyvät onnistuneesti toisiinsa tuoksun haihtuessa. Latva-, sydän- ja juurituoksuun lueteltavat raaka-aineet vaihtelevat asiantuntijoiden ja tuoksujen mukaan. Hajuvedelle ominaiset prosenttiosuudet ovat 15-25 % latvatuoksua, 30-40 % sydäntuoksua ja 45-55 % juurituoksua. Myös prosentuaaliset osuudet vaihtelevat asiantuntijoiden mukaan. (Sell 2019, 188-190.)



Kuva 1: Tuoksupyramidi

Latvatuoksu eli alkutuoksu antaa tuoksun ensivaikutelman ja tasoittaa tietä kohti sydäntuoksua. Latvatuoksu rakentuu pienimolekyylisistä ja nopeasti haihtuvista raaka-aineista. Tämän vuoksi latvatuoksussa käytetään usein sitrustuoksua, jotka ovat raikkaita ja nopeasti haihtuvia. Suurin osa hedelmäisistä ainesosista kuuluu latvatuoksuun. Latvatuoksun hedelmäiset raaka-aineet on mahdollista erottaa tuoksusta vain muutaman minuutin ajan. Latvatuoksun kesto vaihtelee tuoksusta riippuen, mutta kestää yleensä kymmenestä minuutista tuntiin. (Fairley ym. 2015, 31; What is the olfactive pyramid 2021.)

Sydäntuoksu eli keskituoksu on tärkeä osa tuoksua. Sydäntuoksu alkaa kehittymään hajuveden suihkauttamisen jälkeen. Se voi kehittyä latvatuoksuun yhteensopivaksi tai piilottaa

juurituoksuja, jotka tarvitsevat enemmän kypsymisaikaa. Sydäntuoksun raaka-aineiden molekyylit ovat keskikokoisia ja tämän vuoksi hitaammin haihtuvia. Niiden kesto riippuu tuoksun muusta koostumuksesta, mutta ne voivat kestää iholla jopa 2-3 tuntia. Sydäntuoksun suhteellinen pitkäkestoisuus antaa hajurvedelle mahdollisuuden monimutkaiseenkin tuoksuun. Sydäntuoksussa käytetään usein kukkia, mausteita ja hedelmiä. (What is the olfactive pyramid 2021.)

Juurituoksu eli pohjatuoksu on hajurveden perusta, joka kestää iholla jopa 8-10 tuntia (What is the olfactive pyramid 2021). Juurituoksu sisältää suurimolekyylisiä raaka-aineita, jotka luovat tuoksun todellisen luonteen ja pitkäkestoisuuden. Osa suurimolekyylisistä raaka-aineista toimii kiinnikkeinä latva- ja sydäntuoksujen pienemmille molekyyleille. Tällöin juurituoksun suurimolekyyliset raaka-aineet lisäävät latva- ja sydäntuoksujen pienimolekyylisten raaka-aineiden kestävyttä tuoksussa. Juurituoksu sisältää usein erilaisia puita, myskiä, ambraa, sammalta sekä mausteita, kuten vaniljaa. (Fairley ym. 2015, 31.)

7 Tuoksuperheet

Tuoksut voidaan jakaa omiin tuoksuperheisiinsä. Tuoksuperheet ovat alan tapa luokitella ja ryhmitellä erilaisia tuoksuja niiden ominaisuuksien perusteella. Tuoksuperheiden luokittelussa ei ole alalla yksimielisyyttä, joten ne saattavat erota toisistaan lähteestä riippuen. Tuoksuihin on helppo tutustua tuoksuperheiden kautta. Kuluttaja valitsee usein tiedostamattaan saman tuoksuperheen tuoksuja. Tuoksuperheen valintaan vaikuttaa usein myös vuodenaika ja ilmasto. Tuoksuperheet sisältävät myös eri alakategorioita, jotka tarkentavat tuoksun luonnetta. (Fairley ym. 2015, 8-9.)

7.1 Raikkaat tuoksut ”Fresh”

Raikkaat tuoksut yhdistetään yleisesti virkistäviin, kevyisiin ja puhtaisiin aromeihin. Näillä energisillä tuoksuilla on yhteisiä tuoksuvahteita erilaisista sitrushedelmistä, kuten sitruunasta, greipistä, mandariinista, bergamotista ja appelsiinista. Raikkaita tuoksuja kutsutaan usein myös sitrustuoksuiksi, tai antiikin Kreikan mytologian mukaan hesperideiksi. Englanninkielinen nimitys tälle tuoksuperheelle on usein ”Fresh”. Raikkaat tuoksut kuuluvat vahvuudeltaan yleensä Eau de Toilette tai Eau de Cologne -tuoksuihin. (Fairley ym. 2015, 10.; Harris 2022.)

Raikkaat tuoksut voivat sisältää monenlaisia ainesosia, kuten sitrustuoksuja, vihreitä aromeja ja merellisiä vivahteita. Raikkaat tuoksut voidaan jakaa erilaisiin alakategorioihin eli alaperheisiin. Viisi alaperhettä ovat: raikas sitrus, raikas aromaattinen, raikas vihreä, raikas hedelmäinen ja raikas vesimäinen. Raikkaat sitrustuoksut ovat usein yksinkertaisia, jolloin ne sopivat kaikille. Niiden pysyvyys iholla on usein heikko, sillä sitrushedelmien tuoksut ovat

mietoja ja nopeasti haihtuvia. Raikkaat aromaattiset tuoksut ovat usein maskuliinisia. Sitruhedelmien lisäksi näissä tuoksuissa esiintyy yrttisiä ja aromaattisia vivahteita, joita saadaan tuoksuun esimerkiksi timjamista, rosmariinista ja rakuunasta. Raikkaat vihertuoksut ovat puhtaita ja sporttisia. Ne sisältävät sitruhedelmien lisäksi vivahteita yrteistä, ruohokasveista, vihreästä teestä ja erilaisista lehdistä. Raikkaat hedelmäiset tuoksut ovat keveitä tuoksuja hedelmäisillä vivahteilla, joita saadaan esimerkiksi mangosta, melonista, ananaksesta ja persikasta. Mehukkaat hedelmät pehmentävät raikkaiden sitruhedelmien vivahteita. Raikkaat hedelmäiset tuoksut sopivat erityisesti kesäajalle. Raikkaat vesimäiset tuoksut ovat viilentäviä, puhtaita ja yksinkertaisia. Vesimäiset tuoksut voivat tuoksua jäisiltä, kasteisilta tai puhtaan pyykin tuoksulta. Tämän tuoksuperheen tuoksuja saatetaan kuvailla myös nimellä ”ozonic” eli otsoninen. Raikkaat vesimäiset tuoksut sisältävät yleensä myös synteettisiä ainesosia. (The perfume society 2023a.)

7.2 Kukkaistuoksut ”Floral”

Kukkaistuoksut ovat suosituin tuoksuperhe ja iso osa tuoksuista kuuluukin kukkaistuoksujen tuoksuperheeseen. Englanninkielinen nimitys tälle tuoksuperheelle on ”Floral”. Kukkaistuoksut ovat usein luonteeltaan hyvin naisellisia. Tämä tuoksuperhe on helpoin tunnistaa jo ensimmäisellä nuuhkaisulla. (Fairley ym. 2015, 10.; The perfume society 2023b.) Kukkien tuoksu koostuu pienimolekyylisistä haihtuvista yhdisteistä (Vainstein, Lewinsohn, Pichersky & Weiss 2001, 1383). Kukkaistuoksut voivat sisältää monia kukkaisia, kuten gardeniaa, ruusua, jasmiinia, pionia, tuberoosaa, mangoliaa ja kieloä. Kaksi suosituinta ja tunnetuinta tuoksuissa käytettyä kukkaa ovat jasmiini ja ruusu. Näillä kahdella tuoksurakenteella on rakennettu hajuvesimaailman perustukset. Jasmiinia ja ruusua voi löytää monen tuoksun ytimestä. Niitä käytetään korostetusti kukkaistuoksuissa, mutta myös huomaamattomina elementteinä muiden tuoksuperheiden tuoksuissa, sillä niillä on kyky sitoa muita tuoksuja yhteen. Kukkaistuoksujen laajaan valikoimaan kuuluu useita eri variaatioita ja alakategorioita. Kukkien tuoksuun voidaan yhdistää hedelmäisiä tuoksuja tai mausteisia tuoksuja, jotka tekevät tuoksusta lämpimämmän. (Fairley ym. 2015, 10.; The perfume society 2023b.)

Kukkaistuoksut voidaan jakaa useisiin alakategorioihin niiden sisältämien raaka-aineiden perusteella. Kukkaistuoksujen alakategorioihin kuuluu aldehydimäiset, hedelmäiset, valkoiset, raikkaat, myskiset ja vihreät kukkaistuoksut. Myös ”kukkakimppumäiset” ja yksinkertaiset kukkaistuoksut omaavat omat alaryhmänsä kukkaistuoksuperheessä. Aldehydimäiset kukkaistuoksut antavat toisinaan jopa kuplivan ensivaikutelman. Aldehydejä käytetään kukkaistuoksuissa lisäämään kukkien kirkkautta ja raikkautta. Kuplivan ensivaikutelman hiipuessa aldehydin tuoksu muuttuu usein puuterimaiseksi. Hedelmäiset kukkaistuoksut ovat olleet viimeisten vuosien ajan hyvin suosittuja. Nämä tuoksut ovat eloisia, nuorekkaita ja mehukkaita. Mehukkaat hedelmät kuten persikka, mango, omena ja

päärynä lisäävät kukkaistuoksuun makeutta. Valkoiset kukat kuuluvat omaan ryhmäänsä. Näitä kukkia on muun muassa jasmiini, ylang ylang, kielo ja liljat. Valkoiset kukat luovat tuoksuun romanttisen, elegantin ja naisellisen vaikutelman. Raikkaat kukkaistuoksut ovat kevyitä ja ilmavia. Sitruhedelmät raikastavat kukkaista tuoksua, jolloin kukkaistuksiin saadaan keveyttä ja raikkautta. Raikkaat kukkaistuoksut sopivat erityisen hyvin kesälle. Myskiset kukkaistuoksut ovat aistillisia tuoksuja, jotka pitävät sisällään myskin lisäksi erilaisia kukkia, kuten ruusua, jasmiinia ja liljaa. Valkoinen myski tekee tuoksuun raikkaan ja puhtaan vaikutelman. Vihreät kukkaistuoksut sisältävät usein kasvien lehtiä, yrttejä, sammalta ja ruohokasveja. Vihreät tuoksunuotit luovat kukkaistuoksuun viileyttä ja syvyyttä. ”Kukkakimppumaiset” eli englanniksi ”floral bouquet” -kukkaistuoksut koostuvat useiden kukkien yhdistelmästä. Nämä tuoksut ovat usein hurmaavia, naisellisia ja ylellisiä. Tällaisissa hajuvesissä yksikään kukka ei dominoi tuoksua, vaan eri kukkien tuoksu on yhtä tasainen kuin kukkakimpussa. Vastakohtana yksinkertaiset kukkaistuoksut on rakennettu niin, että tietty kukkaraaka-aine on selkeässä pääosassa, vaikka tuoksu sisältäisi useita eri kukkaisia. (The perfume society 2023b.)

7.3 Itämaiset tuoksut

Itämaiset tuoksut ovat syntyneet aikoinaan Intian ja Arabian suunnilla. Tuoksut ovat täyteläisiä, lämpimiä ja aistillisia. Itämaiset tuoksut sisältävät usein erilaisia mausteita, suitsukkeita, pihkaa sekä myskiä. Perinteisistä itämaisista tuoksuista löytyy usein kumariinia, vaniljaa, kumihartsia sekä santelipuuta. Tuoksuja voidaan muokata feminiinisemmäksi tai maskuliinisemmäksi. Myös monet tämän tuoksuperheen tuoksut ovat unisex-tuoksuja. Useimmat itämaiset tuoksut sopivat ”kypsempään” makuun täyteläisten raaka-aineiden vuoksi. Itämaiset tuoksut soveltuvat myös iltakäyttöön erinomaisesti. Käytettyjen raaka-aineiden vuoksi itämaiset tuoksut ovat usein hyvin pitkäkestoisia. Ennen itämaisista tuoksuista käytettiin termiä ”oriental”, mutta nykyään se on korvattu termillä ”ambrée”. (Fairley ym. 2015, 11.; The perfume society 2023c.)

Itämaiset tuoksut voidaan jakaa viiteen alaperheeseen, joita ovat kukkaiset, mausteiset, meripihkaiset, puiset ja raikkaat itämaiset tuoksut. Kukkaisia itämaisista tuoksuja kutsutaan joskus myös nimellä ”floriental”. Kukkaiset itämaiset tuoksut syntyvät, kun perinteisiin mausteisiin ja lämpimiin itämaisisiin tuoksuihin lisätään erilaisia kukkia. Tällaisissa tuoksuissa esiintyy usein appelsiininkukkaa, jasmiinia, freesiaa ja gardeniaa. Kun kukkia yhdistetään itämaisisiin ainesosiin kuten mausteisiin, pihkasiin ja metsäisiin tuoksunuotteihin, syntyy itämaisista tuoksuista kevyempiä versioita. Mausteisissa itämaisissa tuoksuissa käytetään usein makeampia mausteita, kuten kanelia, neilikkaa, vaniljaa sekä muskottipähkinää. Tuoksuissa esiintyy myös usein eksoottisia kukkia kuten, ylang-ylang-kukkaa sekä valkoista jasmiinia. Meripihkaisissa itämaisissa tuoksuissa käytetään nimensä mukaan isossa roolissa meripihkan synteettistä muotoa, jota kutsutaan nimellä ”amber”. Nämä itämaiset tuoksut ovat erityisen

pehmeitä ja puuterisia ja ne pysyvät iholla pitkään. Puisissa itämaisissa tuoksuissa korostetaan metsäisiä tuoksunuotteja, kuten ruusupuuta, santelipuuta ja patsulia. Puisia tuoksunuotteja sekoittamalla perinteisiin itämaisiin tuoksunuotteihin saadaan luotua usein syvempiä ja tummempia tuoksuja. Raikkaat itämaiset tuoksut ovat hieman harvinaisempia. Tämän tuoksuperheen tuoksuissa perinteisiä itämaisia tuoksuja on raikastettu sitrushedelmien avulla. (The perfume society 2023c; The perfume society 2023d.)

7.4 Gurmandi-tuoksut ”Gourmand”

Gurmandi tuoksuperhe on uusin tulokas tuoksumailman perheistä. Gurmandi-tuoksua kutsutaan ”herkkutuoksuiksi”, sillä niiden tuoksunuoteissa esiintyy aina herkullisia raaka-aineita. Nämä tuoksut voivat sisältää esimerkiksi toffeeta, kahvia, suklaata, hattaraa, karamellia, mantelia, maitoa, konjakkia ja purukumia. Gurmandi-tuoksujen pohjatuoksuissa on lähes aina vaniljaa. Tämän tuoksuperheen tuoksuista löytyy usein myös pihkaa ja erilaisia mausteita. Gurmandi-tuoksut ovat lämpimiä ja siksi sopivatkin hyvin viileämmille vuodenaajoille. (Fairley ym. 2015, 12.; The perfume society 2023e.)

7.5 Chypre-tuoksut

Chypre-tuoksuperheen nimi liitetään usein virheellisesti sypressiin. Tuoksuperheen nimen uskotaan tulevan Afroditen, rakkauden jumalattaren, syntymäsaaren Kyproksen mukaan, joka on ranskaksi Chypre. Myös useat tuoksuperheen käytetyimmät tuoksuraaka-aineet kukoistavat Kyproksen saarella. Jo Rooman valtakunnan ajoilta on viitteitä Chypre-tuoksujen valmistuksesta. Ne nousivat suosioon vasta vuonna 1917, jolloin löydettiin uusi ja hienostunut tapa luoda parfyymeja. Chypre-tuoksut rakentuvat usein puisen ja sammaleisen tuoksun ympärille. Tuoksuperheen tuoksuissa käytetään usein bergamottia, patsulia, tammisammalta sekä labdanum-pihkaa. Chypre-tuoksuissa korostetaan kukkaisia sekä metsäisiä nuotteja. Tuoksuissa voi olla myös hedelmäisiä elementtejä. Chypre-tuoksut ovat kuivia, lämpimiä ja hienostuneita. (Fairley ym. 2015, 12.; Perfume notes: Chypre 2015.)

Tuoksuperheen tuoksut voidaan jakaa kuuteen alaperheeseen, joita ovat puiset, hedelmäiset, kukkaiset, nahkaiset, vihreät ja raikkaat Chypre-tuoksut. Puiset Chypre-tuoksut korostavat entistä enemmän metsäisiä elementtejä. Tässä alaperheessä puisia pohjatuoksuja korostetaan muiden elementtien avulla. Näihin elementteihin voi kuulua santelipuuta, vetiveriä ja setripuuta, jotka yhdessä luovat metsäisen ja tumman syvyyden tuoksuun. Tämän tuoksuperheen tuoksut ovat pääosin maskuliinisia tai unisex-tuoksuja. Yleisesti Chypre-tuoksuissa käytetyt tuoksunuotit sulautuvat kauniisti mehukkaan hedelmäisiin elementteihin, kuten luumuun, aprikoosiin ja persikkaan. Nämä hedelmät yhdistyvät erityisen hyvin metsäisten ja sammaleisten tuoksujen kanssa luoden harmonisen kokonaisuuden. Kukkaisissa Chypre-tuoksuissa klassista Chypre-tuoksupohjaa makeutetaan kukkien, kuten ruusun ja jasmiiinin avulla. Nahkaisissa Chypre-tuoksuissa on eläimellisiä tuoksuviivahteita, kuten

myskiä, ambraa, sivettä, tervaa ja hunajaa. Nahkaiset Chypre-tuoksut ovat monipuolisia ja ne voivatkin vaihdella savuisesta kukkaiseen tuoksuun. Chypre-tuoksut tunnetaan hienostuneisuudestaan, mutta niille voidaan antaa sporttinen ulottuvuus korostamalla vihreitä tuoksunuotteja, kuten erilaisia lehtiä ja sammalia. Raikkaissa Chypre-tuoksuisissa korostetaan ilmavia latvatuoksujia. Chypre-tuoksuisissa bergamotti on yksi käytetyimmistä tuoksuraaka-aineista ja tässä alaperheessä se korostuu vielä paremmin. Raikkaat Chypre-tuoksut ovat kevyempiä ja lyhyempikestoisia kuin esimerkiksi puiset tai nahkaiset Chypre-tuoksut. (The perfume society 2023f.)

7.6 Metsäiset tuoksut ”Woody”

Metsäisten tuoksujen tuoksuperhe on erityisen maanläheinen ja sen nimestä voi päätellä, että tuoksut ovat puisia. Tuoksujen valmistajilla on useita metsäisiä raaka-aineita valittavanaan. Tuoksuisissa käytettyjä suosittuja puulajeja ovat esimerkiksi setri-, santeli-, guaiac- ja agarpuu. Näiden puiden lisäksi metsäisissä tuoksuisissa käytetään usein vetiveriä ja patsulia niiden täyteläisen puisten tuoksun takia. Osa metsäisistä tuoksuisista muistuttaa Chypre-tuoksujia, sillä niillä on keskenään yhteisiä ominaisuuksia. Metsäisistä tuoksuisista puuttuu Chypre-tuoksujen tapaan kukkaraaka-aineiden korostaminen. Mausteiset, yrttiset ja hedelmäiset tuoksut sopivat erinomaisesti yhteen puisten tuoksujen kanssa. Tuoksuperhe on monipuolinen ja sen tuoksut taipuvat moneen eri suuntaan riippuen tuoksun muista raaka-aineista. Metsäiset tuoksut ovat usein maskuliinisempia ja iso osa miesten tuoksuisista kuuluu tähän tuoksuperheeseen. Monia unisex-tuoksujia löytyy myös metsäisten tuoksujen tuoksuperheestä. Naisille suunnattuja metsäisiä tuoksujia löytyy vähemmän. (Fairley ym. 2015, 13.; The perfume society 2023g.)

Metsäiset tuoksut voidaan jakaa viiteen alakategoriaan, jotka ovat: mausteiset, aromaattiset, kukkaiset, hedelmäiset sekä raikkaat puiset tuoksut. Mausteisissa puisissa tuoksuisissa käytetään usein lämpöä tuovia mausteita, kuten neilikkaa, kanelia, muskottipähkinää ja kuminaa. Syvien puisten ja mausteisten tuoksunuottien lisäksi, tuoksuun voidaan lisätä makeutta hedelmien avulla. Mausteiset puiset tuoksut sopivat parhaiten talveen. Aromaattisissa puisissa tuoksuisissa käytetään aromaattisia yrttejä, kuten basilikaa, laventelia, rosmariinia, kuminaa ja salviaa. Aromaattiset yrtit tuovat puiseen tuoksuun tuoreutta ja vihreää tuoksuviivahdetta. Tällaisiin tuoksuihin saatetaan lisätä myös sammalta, patsulia ja hartsia, jolloin tuoksu saa lisää lämpöä. Kukkaiset puiset tuoksut saavat kukista keveyttä, jolloin tuoksusta tulee usein hieman naisellisempi. Näissä tuoksuisissa on kukkien lisäksi selkeä puinen pohjatuoksu, jossa voidaan käyttää esimerkiksi setripuuta. Hedelmäisissä puisissa tuoksuisissa on enemmän makeutta ja mehukkuutta kuin muissa metsäisten tuoksujen alaperheissä. Näihin tuoksuihin on lisätty kesäisiä ja makeita hedelmiä, kuten persikkaa, nektriinia tai luumua. Hedelmät antavat aromaattiselle ja kuivalle puiselle tuoksulle aistillisuutta ja pehmeyttä. Raikkaisiin puisiin tuoksuihin on lisätty kirpeitä sitrushedelmiä, kuten mandariinia, sitruunaa, greippiä ja

bergamottia. Raikkaat sitrustuoksut haihtuvat iholta nopeammin, jolloin puinen pohjatuoksu avautuu iholle pidemmäksi aikaa. (The perfume society 2023g.)

7.7 Saniaistuoksut ”Fougère”

Ranskankielinen sana ”fougère” tarkoittaa saniaista. Saniaistuoksut on luotu alunperin naisille, mutta nykyään ne ovat enimmäkseen miesten tuoksuja. Tähän tuoksuperheen kuuluvat tuoksut sisältävät usein vetiveriä, laventelia, tammisammalta, pelargonian, kumariinia sekä bergamottia. Saniaistuoksut ovat luonteeltaan vehreitä. (Fairley ym. 2015, 13.; The perfume society 2023h.)

8 Yleisiä tuoksuraaka-aineita

Hajuvesien raaka-aineita löytyy ympäri maailmaa. Parfymöörit ja kasvitieteilijät ovat etsineet aromaattisia raaka-aineita kaikkialta maailmasta. Taitavat parfymöörit voivat tunnistaa pelkän tuoksun perusteella, missä raaka-ainetta on kasvatettu. Parfymöörit ovat usein tarkkoja siitä, mistä käyttämänsä raaka-aineet ovat peräisin. Luonnollisia raaka-aineita käytetään tuoksussa eniten, sillä niiden tuoksua on vaikea korvata synteettisillä ainesosilla. Nykyään on olemassa myös monia suosittuja synteettisiä raaka-aineita. (Fairley ym. 2015, 52-54.)

8.1 Bergamotti

Bergamotti on Etelä-Italiassa, erityisesti Calabrian alueella kasvavan bergamottipuun hedelmä, jota on viljelty jo keskiajalta lähtien. Bergamotti nimi tulee sanasta ”beg-a-mudi”, joka on turkin kieltä ja tarkoittaa suomeksi ”lordin päärynää”. Bergamotti on alunperin kotoisin trooppisesta Aasiasta, mutta sen kasvitieteellinen alkuperä ei ole täysin selvillä. Calabrian lisäksi bergamottia kasvaa Pohjois-Afrikassa, mutta jopa 90 prosenttia maailman bergamoteista viljellään pienellä Calabrian alueella. (Turunen 2021, 78.) Bergamotin uskotaan olevan sitruunan ja pomeranssin risteymä, mikä tekee siitä ainutlaatuisen sitrushedelmän (Dugo & Bonaccorsi 2013, 467).



Kuva 2: Bergamotti (Pixabay 2021)

Bergamotin kuoresta saadaan parfyymeissa käytettyä tuoksuöljyä (Turunen 2021, 78). Bergamottiöljy on erityisen arvostettu hajuvesivalmistajien keskuudessa sen erottuvien sitruuna- ja pomeranssiaromien vuoksi. Bergamottiöljy on sekoittuu erinomaisesti eri tyyppisiin tuoksuihin. Bergamotilla on kyky tuoksua iholla kauemmin kuin useilla muilla sitrushedelmillä. Vaikka se säilyttää tyypillisen sitruksisen raikkauden, se on pehmeämpi ja täyteläisempi kuin monet muut sitrukset. Ajaton bergamottiöljy sisältää runsaasti linalyylisetaattia ja linaloliestereitä, jotka antavat sille hienostuneen ja makean tuoksun verrattuna muihin sitrushedelmiin, kuten limeen, sitruunaan ja greippiin. Lisäksi siinä esiintyy jäännöksiä metyyliantranilaatista ja furokumariinista, jotka tuovat makean balsamisia sekä lämpimän kukkaisia sävyjä tuoksuun. (Dugo & Bonaccorsi 2013, 467.)

Bergamotti toimii erityisen hyvin latva- eli alkutuoksussa. Se sopii yhdistämään erilaisia tuoksujia toisiinsa. Bergamotti yhdistyy hyvin useiden eri tuoksunuottien kanssa. Näitä ovat esimerkiksi puiset, kukkaiset, mausteiset, meripihkaiset ja raikkaat tuoksunuotit. (Dugo & Bonaccorsi 2013, 473.)

8.2 Jasmiini

Jasmiini on kotoisin Pohjois-Intian ja Pakistanin raja-alueelta Kashmirista. Tämä kukka yhdistetään usein erotiikkaan, rakkauteen ja romantiikkaan. Jasmiinille on ollut aina paljon käyttötarkoituksia eri kulttuureissa. Aikoinaan jasmiiniveden pirskauttelemista pidettiin vieraanvaraisuuden merkinä. Muinaisessa Intiassa jasmiinista tehtiin hoitavaa hiusöljyä. Persialaiset toivat koteihinsa hyvää tuoksua jasmiinin avulla. Pohjois-Afrikan maurit toivat jasmiinin aikoinaan Eurooppaan. Ei ole täysin selvää mistä jasmiini on saanut nimensä, mutta sen arvellaan tulevan persian kielestä. (Turunen 2021, 191-192.)

Jasmiini kuuluu oliivipuiden sukuun. Jasmiinipensas voi kasvaa jopa kahdeksan metrin korkuiseksi. Kasvissa on pieniä ovaalinmuotoisia lehtiä ja valkoisia tai haalean vaaleanpunaisia kukkia. Kukkien voimakkaan tuoksun vuoksi niitä käytetään erilaisissa tuoksutuotteissa, kuten hajuvesissä ja saippuoissa. Jasmiinin tuoksu on miellyttävä ja rauhoittava, minkä vuoksi se on todella suosittu raaka-aine parfyymeissa. (Kew Royal Botanic Gardens 2023.)

Jasmiinin merkittävimmät lajit ovat *Jasminum sambac*, *Jasminum grandiflorum*, *Jasminum officinale* sekä *Jasminum auriculatum*. Jasmiinia kasvatetaan pääsääntöisesti Egyptissä ja Intiassa. Euroopassa jasmiinia kasvaa pääsääntöisesti Etelä-Ranskassa Grassessa. Intian Maduiraisissa kasvavaa jasmiinia pidetään usein parhaana, sillä alueella vallitsee trooppinen ilmasto, joka tarjoaa jasmiinille täydellisen kasvuympäristön. Aamunkasteiset kukat poimitaan käsin yöllä tai auringonnousun aikaan. Tällöin kukat ovat auki ja tuoksu on voimakkaimmillaan. Kukat on käsiteltävä mahdollisimman nopeasti keräämisen jälkeen, jotta tuoksu ei ehdi haihtumaan. (Turunen 2021, 192-195.)



Kuva 3: Vasemmalla *Jasmininum sambac* (Pixabay 2020) ja oikealla jasmiinipensas (Andersen 2019)

Jasmiinin tuoksu on makea, huumaava ja vahva. Se on yksi parfyymiteollisuuden tärkeimmistä raaka-aineista. Jasmiini on arvokasta, minkä vuoksi on yritetty kehittää vastaavaa keinotekoisia tuoksua, tässä kuitenkin onnistumatta. Jasmiinissa on raskas aromi, jonka saa aikaan linaloli ja bentsyyliasettaatti. Sen eteerisessä öljyssä on indoli-yhdistettä, joka haisee epämiellyttävältä suurena määränä, mutta pienempänä määränä se antaa maanläheisen kukkaisen tuoksuvahteen. (Turunen 2021, 192-195.)

8.3 Myski

Myski on yksi parfyymien tunnetuimmista tuoksunuoteista. Aidon myskin tuoksu on harvalle tuttu, sillä nykyään aitoa myskiä ei haluta käyttää eläinten suojelemiseksi. Aitoa myskiä on käytetty parfyymeissa tuhansia vuosia. Sitä saatiin urosmyskikauriin sukupuolirauhasen

eritteestä. Harhaanjohtavan nimensä vuoksi usein luullaan, että myskiä saadaan myskihärästä. Tämä ei pidä paikkaansa. Myskihärkä on saanut nimensä sen voimakkaasta hajusta, joka ei muistuta lainkaan myskiä. Arvostetuinta aitoa myskiä tuotiin erityisesti Nepalin ja Tiibetin alueelta. Myskin tuoksua saatiin myös afrikkalaisista ja aasialaisista sivettikissoista. Sivettikissoista saatavalla sivetonilla on myskimäinen aromi, jonka aiheuttaa indolihydriste. Sivetillä on vahva ja epämiellyttävä haju, mutta pienempinä määrinä se muuttuu myskimäiseksi, makeaksi ja rikkaaksi. (Turunen 2021, 102-106.)



Kuva 4: Vasemmalla myskikauris (Turunen 2021, 102) ja oikealla sivettikissa (Turunen 2021, 106)

Kalliin myskin tilalle alettiin etsiä korvaavia aineita 1800-luvulla. Ensimmäinen synteettinen myski syntyi vahingossa, kun räjähdysainetta kehittävä kemisti huomasi aineessaan makean myskisen tuoksun. Myskinen aromi perustui tolueenin kolmen nitroriippymän symmetriaan ja sai nimekseen sen vuoksi myskitolueeni. Myöhemmin sama kemisti teki muita löydöksiä, jotka saivat kaikki yleisnimen nitromyski. Nitromyskejä käytettiin paljon 1900-luvun puoliväliin asti. Myöhemmin huomattiin, että jotkut nitromyskit olivat allergisoivia ja niiden valmistaminen ei ollut täysin turvallista. Tämän vuoksi myskille synteettisten vaihtoehtojen tutkiminen jatkui. (Pybus & Sell 1999, 93-95; Turunen 2021, 104.)

1904-luvulla huomattiin, että rengasmaiset molekyylit luovat myskin tuoksua. Myskin sisältämä yhdiste, muskoni, antaa aidolle myskille ominaisen aromin sen ison rengasmaisen rakenteen ansiosta. Huomattiin myös, että sivetonilla on samankaltainen rakenne. Muskoniin ja sivetonin kemiallisten rakenteiden selvittäminen edisti synteettisen myskin valmistamista. (Turunen 2021, 104.)

Myskin tuoksuun on aina yhdistetty eksotiikka, sensuaalisuus ja luksus (Turunen 2021, 103). Myski on todella monipuolinen raaka-aine, joka tuo tuoksuun pehmeyttä ja tasapainoa. Myskin avulla voidaan myös lisätä tuoksun kestävyyttä iholla. Se pidentää nopeasti haihtuvien raaka-aineiden kestoja. (The perfume society 2023i.) Myskin tuoksu on eläimellinen ja

maanläheinen. Sen tuoksua kuvaillaan myös houkuttelevaksi, lämpimäksi, puuterimaiseksi ja pehmeäksi. Myskiä käytetään parfyymeissa usein juurituoksuna. (Andlelore 2023.)

8.4 Patsuli

Patsuli on kasvi, joka on kotoisin trooppisesta Aasiasta, tarkemmin Filippiinien saarilta, jossa sitä kutsutaan nimellä "kabling". Filippiiniläiset käyttävät patsulia lääkinnällisiin tarkoituksiin sekä hyönteisten karkottamiseen. Filippiineiltä patsulia vietiin 500-luvulla Etelä-Kiinaan, josta se kulkeutui 1800-luvulla kiinalaisten maahanmuuttajien mukana Malesiaan Penangiin. Vasta silloin löydettiin patsulin eteerisen öljyn potentiaali ja näin aito patsuli alkoi leviämään ympäri maailmaa parfyymien raaka-aineeksi. Aikoinaan patsulin tuoksusta tunnistettiin myös autenttiset kashmir-tuotteet, sillä aasialaiset ripottelivat kuivattua patsulia näihin itämaisiin kankaisiin pitääkseen hyönteiset poissa. (Turunen 2021, 124-126.)

Patsulin nimi tulee tamilinkielisestä sanasta "pacchilai" eli vihreä lehti. Patsulin nimellä myydään paljon väärennöksiä ja se onkin yksi väärennetyimmistä aromaattisista kasveista. Saman suvun ei niin aromaattisia kasveja myydään valitettavan usein patsulin nimellä. Myös muista kasveista tislattuja öljyjä saatetaan sekoittaa aidon patsulin eteerisen öljyn sekaan. (Turunen 2021, 124.)



Kuva 5: Patsuli (Wikipedia 2006)

Patsulin eteerinen öljy saadaan kasvin lehdistä. Patsulin tuoksun huomaa sen lehtiä hieroessa. Eeteristä öljyä saadaan, kun lehdet jätetään auringonvaloon kuivumaan noin kolmeksi päiväksi, minkä jälkeen lehtiä höyrytislataan monia tunteja. Mitä kauemmin lehtiä tislataan, sitä parempaa eteeristä öljyä saadaan. Patsulin eteerinen öljy sisältää patsulialkoholia, jonka

vuoksi sen tuoksu saa makeutta ja muuttuu paremmaksi vanhentuessaan. Parfyymeissä patsulia löytyy usein pohjatuoksusta. Patsulin öljy on yksi vahvimmista parfyymeissä käytettävistä eteerisistä öljyistä. Sen tuoksu on metsäinen, maanläheinen ja hieman makea. (Turunen 2021, 126.)

8.5 Ruusu

Ruusu on kasvi, jonka useimmat tunnistavat tuoksustaan ja ulkonäöstään. Ruusu symboloi romantiikkaa, rakkautta ja intohimoa. Tästä kukasta tuli rakkauden symboli, kun kreikkalainen kauneuden jumalatar Afrodite antoi ruusun Erokselle, rakkauden jumalalle. (Turunen 2021, 183.)

Ruusuja löytyy eri värisinä ja lajeja on yli 10 000. Näistä yleisimpiä ovat kartanonruusu ja damaskonruusu (Turunen 2021, 183). Kartanonruusu, tieteelliseltä nimeltään *Rosa centifolia*, kasvaa pääosin Etelä-Ranskassa Grassessa. Tämä ruusu tunnetaan myös nimellä toukuruusu (*Rose de Mai*), sillä se kukkii toukokuussa. (The perfume society 2023j.) Damaskonruusu, tieteelliseltä nimeltään *Rose damascena*, tunnetaan myös nimillä damaskiruusu ja Damaskoksen ruusu. Se on kotoisin Turkin ja Iranin alueelta ja on siksi tärkeä osa maiden kulttuuriperinteitä. Damaskonruusupensas kasvaa yli kahden metrin korkeuteen ja on kaikista ruusulajeista tuoksuvin. Ruusun saapuessa myöhemmin Eurooppaan nimettiin se kotikaupunkinsa mukaan Damaskoksen ruusuksi. Turkkilaisilla on ollut aina valtava ihannointi ruusuja kohtaan. Turkissa ruusuveden pirsrottaminen vieraiden päälle oli aikoinaan vieraanvaraisuuden osoitus. (Turunen 2021, 183-184.)



Kuva 6: Vasemmallla kartanonruusu (Wikipedia 2019) ja oikealla damaskonruusu (Wikipedia 2011)

Ranskan ja Turkin lisäksi ruusua kasvatetaan paljon Bulgariassa, jota on kutsuttu ruusumaaksi. Näissä maissa tuotetaan eniten ruusua hajuvesiä varten. Ruusu onkin vahvasti liitoksissa hajuvesiin, sillä noin puolet markkinoiden tuoksuista sisältää ruusua. Se tekee siitä olennaisen ja suosituimman parfyymien raaka-aineen. Ruusun tuoksu mielletään usein suloiseksi ja naiselliseksi. Ruusutuoksut ovat kuitenkin olleet aina miesten suosiossa esimerkiksi Turkissa, Intiassa ja Iranissa. (Turunen 2021, 183-186.)

Ruusun eteerinen öljy on erittäin kallista, sillä sille ei löydy korvaavaa ainetta ja kukasta saadaan todella vähän öljyä. Ruusut kerätään aikaisin aamulla, sillä aamukaste antaa ruusuihin suuremman pitoisuuden eteeristä öljyä. Ruusujen keruun jälkeen, ne viedään tislattavaksi. Kahden tislauksen jälkeen, ruusuista on saatu erotettua eteerinen öljy. Eteerisen öljyn lisäksi, talteen otetaan jäljelle jäänyt kasvivesi eli hydrosoli, joka tunnetaan nimellä ruusuvesi. Ruusuvettä saadaan tislauksen sivutuotteena ja se sisältää 10-50 % öljyä. (Turunen 2021, 185-186.)

8.6 Santelipuu

Santelipuu on tuoksukasvi, jonka nimen osa ”santeli” tulee sanskritinkielisestä sanasta ”chandana”, joka tarkoittaa puuta. Chandana on Himalajalla asuvan hindulaisen taivaanjumalan tuoksuva puu. Santelipuu on yksi maailman vanhimmista tuoksukasveista ja sille on kertynyt paljon eri käyttötarkoituksia. Sitä on käytetty paljon esimerkiksi suitsukkeena. Aasiassa jumalten ja esi-isien kunniaksi poltettiin santelipuusuitsukkeita. Myös joogaajat käyttävät näitä suitsukkeita, sillä niiden uskotaan auttavan meditaatiossa. Vahvan aromin vuoksi santelipuu ei sovi ruoanlaittoon, mutta se sopii erinomaisesti esimerkiksi hajuvesiin ja saippuihin. (Turunen 2021, 137-139.)

Santelipuun lajeja on kymmenkunta ja ne kuuluvat santelikasvien sukuun. Santelipuun lajeja esiintyy Kaakkois-Aasiassa ja Tyynenmeren alueella. Indonesian Timorin saarelta sekä Intian Karnatakasta saadaan arvostetuinta santelipuuta. Aasialainen valkoinen santelipuu, tieteelliseltä nimeltään *Santalum album*, on erittäin tuoksuva, mutta myös uhanalainen laji. Punainen santelipuu, tieteelliseltä nimeltään *Pterocarpus santalinus*, on kotoisin Kaakkois-Aasiasta ja on täysin erilainen perinteisiin santelipuuihin verrattuna. (Turunen 2021, 140.)

Santelipuu voi kasvaa jopa kymmenen metriä korkeaksi. Santelipuu on puoliparasiitti, joten se ei ota ravinteita suoraan maasta. Se imee esimerkiksi happea ja fosforia muista kasveista juuriensa avulla. Santelipuun aromaattinen osa löytyy sen sydänpuusta, joten sen kaarna ja pintapuu eivät tuoksu. Santelipuusta saa eteeristä öljyä vasta kun se on yli 25 vuoden ikäinen. Öljyä on myös sen juuristossa, minkä vuoksi puu on saatava juurineen maasta. Tuhannesta kilosta santelipuun purua saadaan eteeristä öljyä noin 55 litraa. Santelipuun puru höyrytislataan, jolloin siitä saadaan makean tuoksuista, kellertävää ja tahmeaa eteeristä

öljyä. Sen harvinaisuudesta johtuen tuotteissa saatetaan käyttää edullisia synteettisiä vaihtoehtoja, kuten beta-santalolia tai polysantalolia. (Turunen 2021, 140.)



Kuva 7: Vasemmalla valkoinen santelipuu (Pixabay 2014a) ja oikealla santelipuupuru (Pixabay 2016)

Santelipuun tuoksu on erittäin voimakas, minkä vuoksi sen käytön kanssa on oltava varovainen. Sitä käytetään tuoksuissa yleensä juurituoksussa, josta se tunkeutuu hiljalleen läpi. Sen dominoiva tuoksu pysyy iholla pitkään. Santelipuu sitoo erinomaisesti myös muita tuoksuja yhteen. Santelipuu sisältää santalolia, joka antaa santelipuulle sen aromin. Sen pitoisuus vaihtelee lajikkeen mukaan. Todella tuoksuvan valkoisen santelipuun eteerinen öljy sisältää jopa 70-90 prosentin santalolipitoisuuden. Australiassa viljeltävän *Santalum spicatum* -lajin santaloli pitoisuus on vain alle 40 prosenttia. (Turunen, 2021, 139-140.)

8.7 Vanilja

Vanilja, tieteelliseltä nimeltään *Vanilla planifolia* on orkideoihin luokiteltu kasvi, jota hyödynnetään mausteena, lääkevalmisteissa sekä parfyymien raaka-aineena. Vanilja on saanut nimensä aikoinaan espanjalaisilta, jotka kutsuivat kasvia sanalla ”vainilla”, joka tarkoittaa pientä siemenkotaa (Turunen 2021, 262). Kasvissa on noin 20 cm pitkät soikeat lehdet, valkoisia tai kellanvihreitä kukkia sekä palkomaiset siemenkodat. Vanilja on kotoisin Meksikosta, mutta sitä tuotetaan nykyisin Meksikon lisäksi Madagaskarilla, Reunionilla, Indonesiassa, Komoreilla ja Intiassa. Kasvi viihtyy parhaiten kosteassa ja kuumassa trooppisessa ilmastossa. Markkinoilla on neljää pääasiallista tyyppiä vaniljapavuista.

Laadukkain vanilja kasvatetaan Madagaskarilla, Komoreilla ja Reunionilla, ja tätä vaniljaa kutsutaan Bourbon-vaniljaksi. Toisena tyyppinä on Indonesiassa Balin saarella kasvava vanilja, joka muistuttaa Bourbon-vaniljaa. Indonesiasta, Jaavan saarelta saadaan vaniljaa, joka on nimetty Javan vaniljaksi. Neljäs vaniljatyyppejä on Meksikossa kasvava vanilja, jota kutsutaan Meksikon vaniljaksi. Neljä vaniljatyyppejä erotetaan toisistaan niiden maun ja aistinvaraisten ominaisuuksien perusteella. Nämä ominaisuudet johtuvat kasvatusolosuhteista, sadonkorjuusta sekä kuivausprosessista. (Spices Board India 2023.)



Kuva 8: Vasemmalla vaniljapapuja (Pixabay 2013) ja oikealla vaniljakukkia (Pixabay 2014b)

Vaniljan kasvatusta on erityisen vaikeaa ja aikaa vievää. Meksikossa kuumat ja kosteat sademetsät tarjoavat ympäristön luonnonpölyttäjäille, Melipona-mehiläisille ja kolibreille, jotka auttavat vaniljakukkia pölyttymään. Luonnossa vaniljakukista pölyttyy vain alle prosentti. Tämän jälkeen on vielä monta tärkeää vaihetta, joiden on onnistuttava, jotta vaniljaa saadaan tuotettua onnistuneesti. Aidon vaniljan haastavan tuottamisprosessin takia sen hinta on korkea. Kun vaniljaa tuotiin myöhemmin Meksikosta Reunionin saarelle huomattiin, että sen kasvattaminen on mahdotonta ilman Melipona-mehiläisiä ja kolibreja, joita saarella ei ollut. Vuonna 1841 Reunionin saarella asuva 12-vuotias orja, nimeltään Edmond Albius, keksi korvaavan pölytysmenetelmän, joka mullisti vaniljan kasvatusta. Tämän ansiosta Reunion, Madagaskar ja Indonesia ovat nykyisin suuria vaniljantuottajia. Korvaavassa pölytysmenetelmässä siirretään käsin siitepölyä sisältävä kasvinosa pölytettävään kasvinosaan. (Turunen 2021, 263-264.)

Vaniljasta on tehty paljon jäljitelmiä. Aito vaniljauute on väriltään tummanruskeaa ja tuoksu voimakkaammalta verrattuna siihen, mistä nykyaikana monet tunnistavat vaniljan tuoksun. Vanilja sisältää fenolin johdannaisen, eli fenolisen aldehydin, joka on vanilliini. Kemiallista yhdistettä vanilliinia voidaan valmistaa synteettisesti ja tämä mahdollistaa monien parfyymien tuoksun. Vaniljaa saatetaan myydä tuotteena, jossa ei ole välttämättä ollenkaan aitoa vaniljaa vaan vanilliinia. Aidossa vaniljauutteessa on vanilliinin lisäksi monimutkainen sekoitus kemiallisia yhdisteitä, joista muodostuu aidon vaniljan moniulotteinen ja syvä tuoksu. (Turunen 2021, 262-264.)

8.8 Vetiver

Vetiver on Etelä-Intiasta kotoisin oleva ruohokasvi. Intialaiset havaitsivat ensimmäisenä vetiverin potentiaalinen aromaattisena ja lääketieteellisenä kasvina. Muinaisten Intialaisten kirjojen mukaan kasvia on käytetty jo tuhansia vuosia sekä tuoksuöljynä että lääkinnällisiin tarkoituksiin. Vetiverillä on myös viilentävä vaikutus, joten sitä on käytetty myös kylmäaineena, esimerkiksi lievittämään ihon kuumuutta. Muinaisen Intian tempeleissä ja palatseissa oli vetiverin juurista punottuja verhoja ja mattoja, joiden tuoksu miellytti ihmisiä ja samalla karkotti hyönteisiä. (Turunen 2021, 122.)

Intialaiset kauppiat ovat levittäneet vetiveriä ympäri maailmaa ja nykyään vetiveriä kasvaa pääosin Haitilla, Jaavan saarella, Malesiassa, Vietnamissa sekä Reunionin saarella. Jopa puolet maailman vetiver tuotannosta tulee nykyisin Haitilta, jonne vetiver vietiin 1700-luvulla. Vetiver on sukua muille aromaattisille ruohokasveille, kuten sitronellalle, palmarosalle ja sitruunaruoholle. Vetiver-kasvi voi kasvaa noin puolitoistametriseksi ja siltä löytyy jopa kolmen metrin syvyyteen kaivautuvat aromaattiset juuret, joista saadaan eteeristä öljyä. Kasvi on saanut nimensä tamilinkielisestä sanasta ”vettiveri”, joka tarkoittaa ylös kaivettua juurta. Vetiver kasvaa noin kaksi vuotta, minkä jälkeen sato korjataan juurineen maasta. Tämän jälkeen juuristo kuivataan ja höyrytislataan. Tislaus tuottaa noin prosentin verran tahmeaa öljyä, jota käytetään aromiteollisuudessa. (Turunen 2021, 122.)



Kuva 9: Vasemmalla vetiver kasvi (Wikipedia 2017) ja oikealla vetiverin aromaattiset juuret (Wikipedia 2005)

Vetiver on hyvin arvostettu kasvi ja sen eteerinen öljy on yksi parfyymien arvokkaimmista raaka-aineista. Kasvin eteeristä öljyä kutsutaan rauhallisuuden öljyksi rauhoittavan tuoksunsa takia. Eteerisen öljyn sisältävä vetiveroli toimii parfyymeissä muita tuoksuraaka-aineita sitovana aineena. Vetiverin eteerisestä öljystä on tunnistettu yli 150 aromaattista molekyyliä,

mutta kaikkia yhdisteitä ei ole pystytty tunnistamaan. Monimutkainen yhdistelmä johtuu kasvin juurakosta, joka imee itseensä maaperästä erilaisia ravinteita. Ravinteet muuttuvat aromaattisiksi molekyyleiksi kasvin aineenvaihdunnassa. Vetiver on tuoksuna viileä, maanläheinen, savuinen ja metsäinen, minkä vuoksi se on suosittu erityisesti miehille suunnatuissa tuoksuissa. Se sekoittuu erityisen hyvin esimerkiksi ruusun, vaniljan, patsulin ja santelipuun kanssa. (Turunen 2021, 122-123.)

9 Tunnettuja tuoksutaloja

Stockmannin tuoksuvalikoimaan kuuluu lukuisia tunnettuja tuoksutaloja. Dior, Chanel, Giorgio Armani ja Tom Ford ovat luksustuoksumerkkejä, joilta kaikilta löytyy omat pisteet Helsingin Stockmannilta. Edellä mainitut brändit ovat muotibrändejä, joiden valikoimiin kuuluu myös tuoksuja ja kosmetiikkaa. Jo Malone London, Diptyque ja Byredo ovat tuoksuihin erikoistuneita brändejä, joita esimerkiksi tuoksuharrastajat suosivat. Myös näiltä brändeiltä löytyy omat pisteet tavaratalosta. (Stockmann 2023d.)

Dior on ranskalainen muoti- ja tuoksutalo, joka on perustettu vuonna 1946. Christian Dior Parfums perustettiin hieman tämän jälkeen vuonna 1947. Tällöin julkaistiin myös ensimmäinen hajuvesi Miss Dior. (Galerie Dior 2023.) Miss Dior -tuoksun elegantti tasapaino sitrushedelmien, kukkien ja patsulin välillä ilmaisi uudenlaista vapaata ja itsenäistä naisellisuutta. Kukat olivat Christian Diorille intohimo. Diorin tuoksut perustuvatkin kukkiin ja ne ovat keskeisessä roolissa kaikissa tuoksuissa. Hänen tuokсутyyllinsä oli aikakautenaan hyvin moderni ja ainutlaatuinen. Tuoksut luotiin viimeistelemään asukokonaisuudet. Christian Dior on kokenut olevansa yhtä lailla tuoksu suunnittelija kuin muotisuunnittelija. Diorin tuoksut edustavat edelleen muotisuunnittelijan intohimoja. (Dior 2023.)

Chanel on ranskalainen muoti- ja tuoksutalo. Gabrielle Chanel, lempinimeltään Coco, avasi ensimmäisen muotiputiikkinsa Deauvilleen vuonna 1912. Ensimmäinen Chanelin muotitalo avattiin vuonna 1915 ja ensimmäistä haute couture -mallistoa alettiin toteuttamaan. Chanelin tyyli ei noudattanut perinteisiä sukupuolirajoja, vaan siinä oli maskuliinisia vivahteita. Tämä loi ajattoman, mutta modernin tyylin. Chanelin ensimmäinen tuoksu N°5 julkaistiin vuonna 1921. Kyseistä hajuvettä pidettiin tuoksuna, joka kuvastaa täydellisesti naiseutta. Tuoksu sai suosiota sen uniikin koostumuksen, nimen ja presentaation vuoksi. N°5 luotiin yhteistyössä parfymööri Ernest Beauxin kanssa. (Chanel 2023.)

Guerlain on ranskalainen tuoksutalo, jonka perustaja on Pierre-François-Pascal Guerlain. Hän avasi ensimmäisen myymälänsä Rue de Rivolille Pariisiin vuonna 1828. Myymälästä syntyi nopeasti elegantti kohtaamispaikka, jossa pariisilainen hienosto ja varakkaat englantilaiset matkailijat kerääntyivät hankkimaan voiteita, meikkejä ja hajuvesiä. Vuonna 1853 Pierre-

François-Pascal Guerlain omisti Eau de Cologne Impériale -tuoksun keisarinna Eugénielle, Napoleon III:n vaimolle, ansaiten itselleen arvonimen "Hovin virallinen parfymööri". Samana vuonna hän antoi Pochet du Courval -lasitehtaalle tehtäväksi valmistaa pullon, joka oli koristeltu kullatuilla keisarillisen sinetin mehiläisillä. Näin tunnusomainen mehiläispullo syntyi. Aqua Allegoria on kokoelma mehiläispulloissa, joka uudistettiin vuonna 2022. Guerlainin pitkän historian luomukset inspiroivat brändin uusia tuotteita edelleen. Tuoksuhistorian ensimmäinen synteettisiä ja luonnollisia raaka-aineita yhdistävä hajuvesi oli Aimé Guerlainin luoma Jicky-tuoksu. Jicky oli vallankumouksellinen fougère-tuoksu, joka avasi tien uudentyläiselle parfyymlle, jossa oli voimakkaita tuoksunuotteja. Jicky on unisex-tuoksu, joka miellytti enemmän miesasiakaskuntaa hämmentäen naisia. Nykypäivänä sekä miehet että naiset käyttävät Jicky-tuoksua. (Guerlain 2023.)

Giorgio Armani on italialainen muotisuunnittelija, joka on tunnettu erityisesti miesten muodista. Hän perusti oman muotitalonsa ja julkaisi ensimmäiset miesten ja naisten kokoelmansa vuonna 1975. Armani laajeni brändinä 1970-1980-lukujen vaihteessa tarjoten erilaisia mallistoja, erilaisissa hintaluokissa, kuten farkkuja, alusvaatteita ja asusteita. Myös tuoksua ja kosmetiikkatuotteita tuli markkinoille, kun Giorgio Armani solmi sopimuksen L'Oréalin kanssa. Giorgio Armani Beauty lanseerasi ensimmäisen naisten tuoksunsa, Armani for Women, vuonna 1982 ja ensimmäisen miesten tuoksunsa, Armani for Men, vuonna 1984. (Fragrantica 2023a.) Armanin tuoksut saavat inspiraationsa samoista ominaisuuksista brändin vaatemallistojen kanssa. Armanin Privé-tuoksukokoelmassa jokainen tuoksu on oma taideteoksensa, joiden inspiraationa on brändin eri haute couture -mallistot. (Armani Beauty 2023.)

Tom Ford nimellä tunnettu Thomas Carlyle Ford on amerikkalainen muotisuunnittelija sekä elokuvaohjaaja. Tom valmistui arkkitehdiksi Parsons School of Designista. Ford hyväksyi työtarjouksen konkurssin partaalla olevalta italialaiselta muotitalo Guccilta. Ford auttoi kääntämään brändin uuteen nousuun. Kun Ford lähti Guccilta vuonna 2004, yrityksen arvo oli kaksinkertaistunut. Guccin jälkeen Ford palasi Yhdysvaltoihin ja perusti vuonna 2005 oman nimikkobrändinsä. Yritys tarjoaa muotia, asusteita ja silmälasia. Brändi on tunnettu sensuellista mainonnastaan. Tom Ford solmi kumppanuuden Estée Lauderin kanssa brändin perustamisen yhteydessä, jolloin alettiin kehittämään hajuvesiä ja kosmetiikkaa. Ensimmäinen tuoksu Black Orchid lanseerattiin vuonna 2006 ja se oli erittäin menestykseläs. Siitä lähtien Tom Ford on luonut onnistuneita maskuliinisia ja feminiinisiä unisex-tuoksua oman nimensä alla. (Fragrantica 2023c.)

Jo Malone London on tuoksutalo, jonka perustaja Jo Malone aloitti uransa kukkakauppiaina. Hänen rakkautensa tuoksuihin alkoi jo lapsuudessa, kun hän yritti luoda erilaisia tuoksua perheensä puutarhan kukista ja raastetusta saippuasta. Malone työskenteli päivisin kukkakauppiaina ja aloitti iltatyöskentelyn kauneushoitolassa. Vuonna 1994 Jo Malone avasi

ensimmäisen myymälänsä Lontooseen tarjoten hajuvesiä, vartalotuotteita ja kodin tuoksuja. Vuonna 1999 avattiin lippulaivamyymälä Lontoon Sloane Streetille. Jo Malone oli aikainen tuoksujen yhdistämisen puolestapuhuja. Kaikki Jo Malone London -tuoksut ovat lähtökohtaisesti unisex-tuoksuja, joissa esiintyy muutamien tuoksuuottien yksinkertainen yhdistelmä. Tuoksut on suunniteltu käytettäväksi yksinään tai yhdisteltynä muiden brändin tuoksujen kanssa. Näin jokainen pystyy luomaan kerrostamalla oman uniikin tuoksunsa. Yksinkertaiset pakkaukset mustien yksityiskohtien kanssa ilmentävät brändin hienostuneita ja hillittyjä tuoksuja. (Fragrantica 2023b.)

Diptyque on ranskalainen tuoksutalo, jonka ensimmäinen liike perustettiin Pariisin sydämeen 34 Boulevard Saint-Germain nimiselle kadulle vuonna 1961. Brändin perustajat ovat ystävykset Christiane Gautrot, Desmond Knox-Leet ja Yves Coueslant. Christiane valmistui l'Ecole des Arts Décoratifs -taidekoulusta, Desmond oli maalari ja Yves työskenteli teatterissa. Kun he avasivat ensimmäisen Diptyque-liikkeen, se muutti perinteistä pariisilaista naapurustoa luomalla uudenlaisen kokemuksen: basaarin. (Diptyque 2023.) Aluksi basaarissa esiteltiin kolmikon omia luomuksia ja matkoilta kertyneitä aarteita. Liikkeen toisena vuosipäivänä perustajat julkaisivat kolme tuoksuhynttilää imartelemaan heidän tekstiilivalikoimaansa. Vuonna 1968 he julkaisivat ensimmäisen hajuvetensä L'Éaun, josta käynnistyi brändin pitkä tuoksuhistoria. (Manzanita Capital 2023.) Diptyque on luonut paikkansa tuoksumailmassa luontoa kunnioittavilla tuoksuhynttilöillä, huonetuoksuilla, hajuvesillä ja vartalotuotteilla. He käyttävät harvinaisia raaka-aineita tuoksuissaan ja laadukkaita vahoja kynttilöissään. (Manzanita Capital 2023.) Diptyquen tuotteiden etikettien soikea muoto juontaa juurensa kolmikon suunnittelemiin kankaisiin. Tuoksupullojen etiketeissä lukee brändin ensimmäisen liikkeen osoite. Raaka-aineiden eettisyys ja kestävä kehitys ovat tärkeitä arvoja Diptyquelle. (Diptyque 2023.)

Byredo on ruotsalainen tuoksubrändi, jonka luoja on Ben Gorham. Ben Gorham valmistui Tukholman taidekoulusta, mutta sattumalta törmätessään parfymööri Pierre Wulffiin hän vakuuttui tuoksujen luomisen olevan hänen todellinen intohimonsa. Ilman alan koulutusta 31-vuotias Gorham otti yhteyttä tunnettuihin parfymööreihin Olivia Giacobettiin ja Jerome Epinetteen, jotka loivat tuoksuostumukset hänen toiveidensa mukaan. Brändi on perustettu Tukholmassa vuonna 2006 ja aloittanut valmistamalla tuoksuja, kynttilöitä ja vartalotuotteita. Nykyään Byredon valikoimaan kuuluu myös meikkituotteita ja asusteita. Byredon perimmäinen tarkoitus on kääntää muistot ja tunteet tuotteiksi ja kokemuksiksi. He suunnittelevat tuotteensa käyttäen parhaita saatavilla olevia materiaaleja. Byredoa myydään yli 40 maassa korkealuokkaisessa ja yksinoikeudellisessa verkostossa. Byredon tuoksut ovat unisex-tuoksuja. (Byredo 2023.)

10 Tuoksujen myynti

Tuoksujen parissa työskennellessä tiedostaa nopeasti, että eri tuoksutyyppeiden suosiot vaihtelevat vuodenaikojen mukaan. Keväällä ja kesällä tuoksubrändit julkaisevat hedelmäisiä, kukkaisia ja kevyitä tuoksuja, kun taas lähemmäs talvea siirryttäessä puiset ja mausteiset tuoksut tulevat markkinoille. Asiakkaalle on hyvä esitellä vuodenajalle tyypillisiä tuoksuja. Tuoksua valittaessa voidaan miettiä myös sitä, milloin tuoksua käytetään. Ilta- ja juhlatuoksut ovat usein tummempia, kun taas päivätuoksut raikkaampia. Asiakas löytää oman makunsa parhaiten tuoksuttamalla ammattilaisen kanssa tuoksuja ja kokeilemalla niitä iholle. (Helavirta 2023.)

Aloitteleva tuoksumyyjä oppii parhaiten tuoksuista samalla tavalla kuin asiakas eli haistelemalla. Tuoksujen myynnissä tarinat ja tunteet ovat yhtä tärkeässä osassa kuin käytetyt tuoksunuotit. Tuoksunuotteja ei kannata opetella ulkoa jokaisesta tuoksusta. Tuoksuista on tärkeämpää tietää tuoksuperhe ja tuoksun luonne. Kokemuksen kautta tuoksunuotteja oppii tunnistamaan. Myyjälle on yksinkertaisempaa esitellä aloittavalle tuoksun käyttäjälle kevyempiä tuoksuja. Tuoksut tuovat käyttäjälleen mieleen muistoja ja tunteita, joten mielenkiintoisempi tapa myydä ensituoksua olisi kysyä asiakkaalta, minkälaisen tunteen hän toivoo tuoksun herättävän. (Helavirta 2023.)

Myyjän voi olla haastavaa suositella tuoksuja kokeneemmalle tuoksujen käyttäjälle. Myyjä voi aloittaa kysymällä asiakkaan omasta tuoksukokoelmasta. Tuoksukokoelman omaavalle asiakkaalle voi suositella tuoksua, jota hän pystyy kerrostamaan omien tuoksujensa kanssa tai vaihtoehtoisesti käyttää yksinään. Asiakkaan kanssa kannattaa kokeilla erilaisia tuoksuja kerrostettuna ja kertoa millaisia tuoksuja on helppo yhdistää. Tuoksujen kerrostaminen voi olla useille asiakkaille tuntematonta ja näin asiakas oppii tuoksuista lisää. (Helavirta 2023.)

Tuoksun kestävyys on asiakkaalle usein tärkeä ominaisuus. Asiakkaalle kannattaa kertoa tuoksua myydessä, miten tuoksun kestävyyttä voidaan parantaa. Suihkugeelillä voidaan vaikuttaa tuoksun pysyvyyteen. Mikäli tuoksulle on tehty samaan sarjaan kuuluva suihkugeeli, kannattaa se myydä asiakkaalle tuoksun myynnin yhteydessä. Lisäämällä iholle vartalovoidetta saadaan iholle kosteutta ja lisätuoksua, jotka molemmat auttavat tuoksun kestävydessä. Body sprayta voidaan käyttää viimeistelemään kokonaisuus. Suihkugeeli, vartalovoide, body spray ja hajuvesi voivat kaikki olla samasta tuoksusarjasta, jolloin tuoksusta saadaan todella kestävä. (Helavirta 2023.)

11 Tuoksuoppaan toteutus

Opinnäytetyön idea sai alkunsa tarkasteltaessa etenkin aloittelevien kosmetiikkamyymyjien haasteita myyntilattialla. Monille aloittaville myyjille tuoksut ovat tuntematon kosmetiikan osa-alue, jolloin niiden myyminen voi olla haastavaa. Työntekijöille ei välttämättä pystytä järjestämään yleistä koulutusta tuoksuista, sillä kosmetiikkamyymyjien aiempien koulutusten oletetaan riittävän myyntityöhön. Kosmetiikkamyymäjät ovat usein kosmetologeja, kosmetiikkaneuvojia, estenomeja tai maskeeraajia. Näissä koulutuksissa keskitytään eniten ihonhoitoon ja meikkeihin, jolloin tuoksut jäävät taka-alalle. Tuoksubrändien järjestämissä koulutuksissa myyjille esitellään usein vain uutuustuotteita. Koulutukset eivät anna yleistietoa ja tuoksujen teoriaan ei paneuduta syvällisesti. Tuoksuihin liittyy monia aihealueita ja termejä, minkä vuoksi tuoksut voivat tuntua monimutkaisilta ja niiden ymmärtäminen voi olla haastavaa. Tuoksuista on vaikeaa löytää kattavasti tietoa yhdestä paikasta, jolloin tietoa täytyy etsiä eri lähteistä. Opinnäytetyö on luotu näiden haasteiden ratkaisemiseksi. Työn tarkoituksena on syventää kosmetiikkamyymyjien tuoksutietämystä sekä toimia kattavana oppaana uusille kosmetiikkamyymyjille. Tuoksuoppaan avulla myymäjät voivat kerrata tuoksuihin liittyviä tietoja, syventää tietouttaan sekä oppia uusia asioita.

Kun tuoksuoppaan tarve oli tiedostettu, alkoi opinnäytetyön suunnittelu helmikuussa 2023. Työn idea ja tarkoitus jaettiin Stockmannin kosmetiikkamyyntitiimin esihenkilöiden kanssa. Heille esiteltiin myös suunniteltu teoria ja idea siitä, miten työ tulisi hyödyttämään Stockmannin myyntihenkilöstöä. Stockmannin kosmetiikan myyntitiimi piti tuoksuopasta tarpeellisena ja kehittävänä ideana. Tiivistetyn oppaan toteuttamista punnittiin myyntilattialle tehtävän paperisen version ja verkko-oppimismaailmaan julkaistavan version välillä. Paperiseen oppaaseen ei päädytty, sillä sille ei ollut mahdollista järjestää kaikille saatavilla olevaa paikkaa. Opas päädyttiin toteuttamaan Stockmannin verkko-oppimismaailmaan, sillä se on kaikkien myymyjien saatavilla vaivattomasti. Verkkomateriaalista saa tehtyä myös kiinnostavamman ja monipuolisemman.

SISÄLLYSLUETTELO

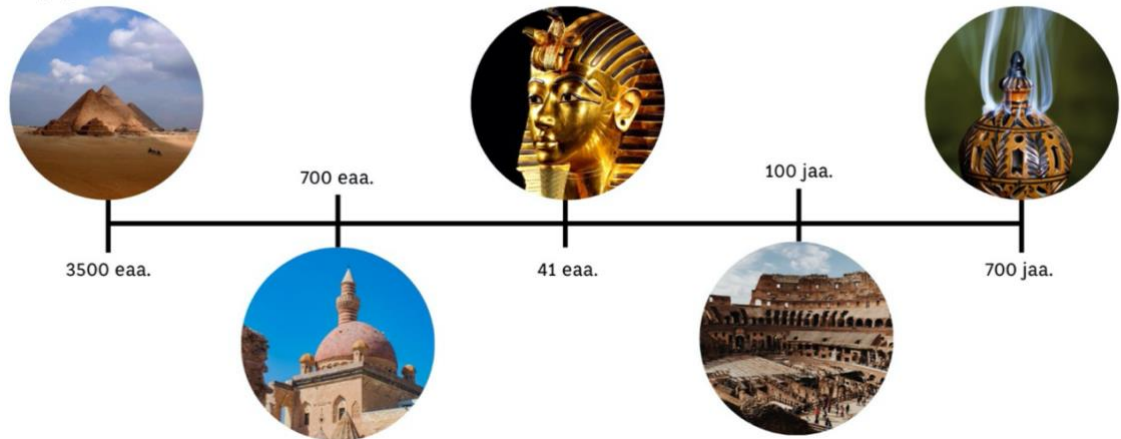
3	Tuoksujen historia	15	Yleisiä tuoksuräaka-aineita
4	Tuoksujen historia	16	Yleisiä tuoksuräaka-aineita
5	Tuoksujen valmistusmenetelmät	17	Tuoksutalot: DIOR
6	Tuoksupitoisuudet	18	Tuoksutalot: CHANEL
7	Tuoksupyramidi	19	Tuoksutalot: GUERLAIN
8	Tuoksuperheet: Raikkaat tuoksut	20	Tuoksutalot: GIORGIO ARMANI
9	Tuoksuperheet: Kukkaistuoksut	21	Tuoksutalot: TOM FORD
10	Tuoksuperheet: Itämaiset tuoksut	22	Tuoksutalot: JO MALONE LONDON
11	Tuoksuperheet: Gurmandi-tuoksut	23	Tuoksutalot: DIPTYQUE
12	Tuoksuperheet: Chypre-tuoksut	24	Tuoksutalot: BYREDO
13	Tuoksuperheet: Metsäiset tuoksut	25	Tuoksujen myyminen
14	Tuoksuperheet: Saniaistuoksut		

Kuva 10: Tuoksuoppaan sisältö

Opinnäytetyön teoriaosuutta lähdettiin suunnittelemaan pohtimalla, mitkä ovat tuoksujen oleelliset ja tärkeimmät osa-alueet. Työn teoriaosuus on rakennettu mahdollisimman selkeäksi ja hyödylliseksi myyjälle. Teoriaosuus käsittelee tuoksujen historiaa, tuoksujen valmistamista, tuoksupitoisuuksia, tuoksupyramidia, tuoksuperheitä, yleisiä tuoksuräaka-aineita, tunnettuja tuoksutaloja sekä tuoksujen myymistä. Opinnäytetyön teoriasta poimittiin oleelliset asiat tiivistetysti tuoksuoppaaseen.

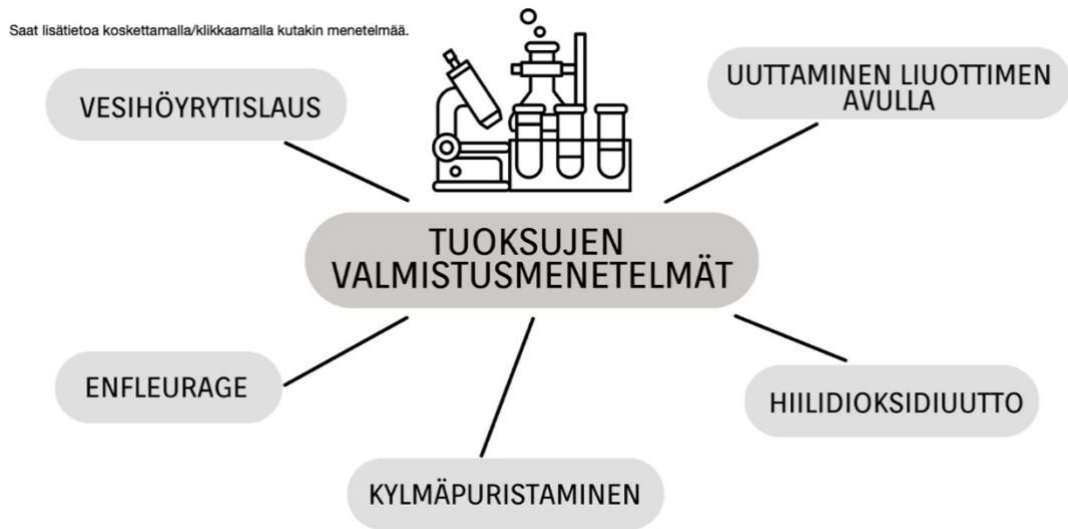
TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



Kuva 11: Tuoksuoppaan historiaosuuden ensimmäinen osa

Opinnäytetyön teoriaosuudesta löytyy kattava osio tuoksujen historiasta. Tuoksuilla on pitkä historia, jonka vuoksi siitä löytyi paljon tietoa. Työhön on kirjoitettu tuoksujen historiasta tärkeimpiä ja oleellisimpia asioita tiivistettyyn muotoon, kuitenkin kunnioittaen tärkeimpiä tuoksuihin liittyviä aikakausia ja paikkoja. Verkko-oppaaseen on kuvattu historiaosuus aikajanalla avulla. Tämä auttaa hahmottamaan ajan kulkua. Aikajanasta löytyy eri ajanjaksoja, joista klikkaamalla tai koskettamalla saa lisätietoa. Tämä rakenne valittiin verkko-oppaaseen, sillä se tuo mielenkiintoa ja vaihtelevuutta opiskeluun. Tuoksujen historia ei ole myynnin kannalta tärkein asia, mutta se auttaa myyjiä ymmärtämään, mistä tuoksut tulevat ja kuinka pitkä historia niillä on. Tämä osio voi myös inspiroida myyjiä syventymään tuoksuihin täysin uudella tavalla.



Kuva 12: Tuoksuoppaan valmistusmenetelmät osio

Teoriaosuudesta löytyy osio tuoksujen valmistamisesta. Tämä osio auttaa ymmärtämään miten tuoksuja valmistetaan, ja mitkä ovat niiden tärkeimmät valmistusmenetelmät. Tuoksuoppaasta löytyy mindmap-tyylinen osio tuoksujen eri valmistusmenetelmistä. Tässä osioissa on käytetty samaa menetelmää kuin tuoksujen historiaosiossa: lisätietoa saa klikkaamalla tai koskettamalla eri kuvakkeista.

TUOKSUPITOISUUDET

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin tuoksua.

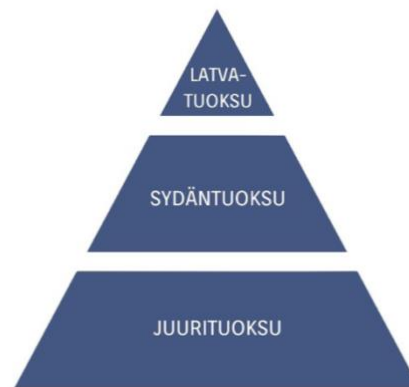


Kuva 13: Tuoksuoppaan tuoksupitoisuudet -osio

Tuoksujen valmistusosion jälkeen käsitellään tuoksutyyppejä- ja pitoisuuksia. Tuoksupitoisuudet ovat vahvasti kytköksissä tuoksujen valmistamiseen. Tuoksupitoisuuksien ymmärtämisestä on suuri apu tuoksujen esittelemisessä ja myyntityössä. Esimerkiksi asiakkaan etsiessä kestäväää tuoksua on hyvä tietää, mitkä tuoksupitoisuudet ovat kestäviä ja miksi. Osioissa on käytetty samaa menetelmää kuin historia- ja valmistusosiossa: lisätietoa saa klikkaamalla tai koskettamalla eri kuvakkeista.

TUOKSUPYRAMIDI

Kosketa/klikkaa pyramidin eri osia.



Kuva 14: Tuoksuoppaan tuoksupyramidi-osio

Tuoksupyramidin tunteminen helpottaa tuoksun rakenteiden ymmärtämistä. Se on myös kosmetiikka-alalla hyvin käytetty tapa kertoa asiakkaalle tuoksusta. Tuoksuja on helpompi kuvailla asiakkaalle ymmärtäessään tuoksupyramidin. Teoriaosuus käsittelee tuoksupyramidin eri kerrokset eli latvatuoksun, sydäntuoksun sekä juurituoksun. Tuoksuoppaasta löytyy pyramidikuvio, jonka osioista klikkaamalla tai koskettamalla saa lisätietoa kerroksista.

TUOKSUPERHEET

ITÄMAISET TUOKSUT



- Itämaiset tuoksut ovat syntyneet aikoinaan Intian ja Arabian suunnilla.
- Tuoksut ovat täyteläisiä, lämpimiä ja aistillisia.
- Itämaiset tuoksut sisältävät usein erilaisia mausteita, suitsukkeita, pihkaa sekä myskiä.
- Perinteisistä itämaisista tuoksuista löytyy usein kumariinia, vaniljaa, kumihartsia sekä santelipuuta.
- Useimmat itämaiset tuoksut sopivat ”kypsempään” makuun täyteläisten raaka-aineiden vuoksi.
- Itämaiset tuoksut sopivat myös iltakäyttöön erinomaisesti.
- Käytettyjen raaka-aineiden vuoksi, itämaiset tuoksut ovat usein hyvin pitkäkestoisia.
- Itämaiset tuoksut voidaan jakaa viiteen alaperheeseen, joita ovat kukkaiset-, mausteiset-, meripihkaiset-, puiset- ja raikkaat itämaiset tuoksut.

Kuva 15: Tuoksuoppaan tuoksuperheet-osio, itämaiset tuoksut

Tuoksuperheiden ymmärtäminen on myyjälle erityisen tärkeää. Näin myyjä oppii ymmärtämään eri tyyliä tuoksuja sekä niiden myymistä. Tuoksuperheitä on todella paljon ja eri tuoksutalot ja parfymöörit luokittelevat niitä eri tavalla. Opinnäytetyöhön ja oppaaseen valittiin tunnetuimpia tuoksuperheitä. Opinnäytetyössä ja oppaassa käsiteltiin raikkaita tuoksuja, kukkaistuoksuja, itämaisia tuoksuja, gurmandi-tuoksuja, Chypre-tuoksuja, metsäisiä tuoksuja sekä saniaistuoksuja. Työn teoriassa puhutaan myös tuoksuperheiden alakategorioista eli alaperheistä, jotta tuoksuperheisiin päästään syventymään tarkemmin. Oppaasta löytyy jokaiselle tuoksuperheelle oma sivu.

YLEISIÄ TUOKSURAACA-AINEITA



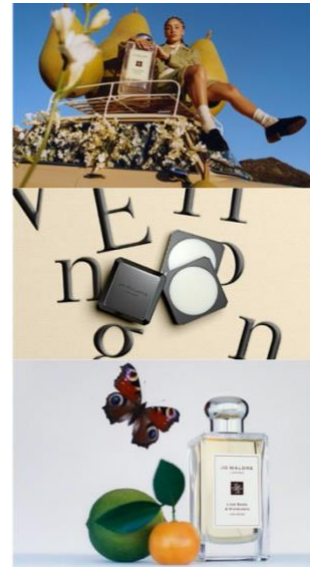
Kuva 16: Tuoksuoppaan yleisiä tuoksuraka-aineita -osio, ensimmäinen osa

Tuoksurauka-aineita on olemassa tuhansia, joten työhön valittiin vain suosituimpia ja käytetyimpiä raaka-aineita. Osioon valittiin erityyylisiä raaka-aineita, jotta osio olisi mahdollisimman monipuolinen. Raaka-aineet ovat tuoksujen perusta, joten myyjien on tärkeää tietää niistä. Osion avulla myyjät saavat syvennettyä tietojaan tietyistä raaka-aineista. Osio auttaa ymmärtämään eri raaka-aineiden historiaa, niiden käyttöä tuoksussa sekä raaka-aineen ominaisen tuoksun luonnetta. Osio voi myös inspiroida myyjiä tutkimaan muita raaka-aineita itsenäisesti. Teoriaosuuteen ja oppaaseen valittiin tuoksurauka-aineista bergamotti, jasmiini, myski, patsuli, ruusu, santelipuu, vanilja ja vetiver. Opinnäytetyöhön on lisätty raaka-aineista kuvia, jotka auttavat niiden tunnistamisessa. Tästä poikkeuksena on myski, jota valmistetaan nykyään synteettisesti. Kuvat on lisätty myös oppaaseen ja niitä klikkaamalla tai koskettamalla saa lisätietoa kyseisestä raaka-aineesta. Oppaan tuoksuperheet-osio jaettiin kahdelle sivulle.

TUOKSUTALOT



- Jo Malone on brittiläinen tuoksu suunnittelija, joka aloitti uransa kukkakauppiaina
- Hänen rakkautensa tuoksuun alkoi jo lapsuudessa, kun hän yritti luoda erilaisia tuoksua perheensä puutarhan kukista ja raastetusta saippuasta
- Kaikki Jo Malone tuoksut ovat lähtökohtaisesti unisex-tuoksua, joissa esiintyy muutaman tuoksunuotin yksinkertainen yhdistelmä
- Tuoksut on suunniteltu käytettäväksi yksinään, tai yhdisteltynä muiden brändin tuoksujen kanssa



Kuva 17: Tuoksuoppaan tuoksutalot-osio, Jo Malone London

Opinnäytetyöhön ja oppaaseen on kirjoitettu myös osio tuoksutaloista. Osioon on valittu tunnettuja tuoksutaloja, jotka löytyvät Stockmannin valikoimasta. Myyjien on hyvä tuntee tuoksutalot ja niiden historiaa, sillä tuoksuista kiinnostuneet asiakkaat kysyvät niistä usein. Myyjä voi oppia osion avulla kertomaan tuoksuista monipuolisemmin. Tuoksutalon luomien tuoksujen taustalla on usein merkittävä yhteys talon arvoihin ja historiaan. Opinnäytetyön teoriaosuuteen ja oppaaseen on valittu seuraavat tuoksutalot: Dior, Chanel, Guerlain, Giorgio Armani, Tom Ford, Jo Malone London, Diptyque ja Byredo. Oppaaseen on luotu omat sivut kaikille brändeille. Oppaaseen on lisätty myös brändien logot ja kuvia tuoksuista, mitkä helpottavat oppimista ja tunnistamista.

TUOKSUJEN MYYMINEN



Kuva 18: Tuoksuoppaan osio: Tuoksujen myyminen

Opinnäytetyössä ja oppaassa on annettu myös tietoa ja apuja tuoksujen myymiseen. Tuoksuoppaassa osio on jaettu neljään osaan: lähtötilanne, tuoksutarinat, kerrostaminen ja kestävyys. Osiota klikkaamalla tai koskettamalla, saa aiheesta lisätietoa. Opinnäytetyötä ja opasta varten toteutettiin haastattelu tuoksukouluttajan kanssa. Haastattelu toteutettiin kesäkuussa 2023 Teams-videopuhelun avulla. Koko haastattelu tallennettiin. Haastattelu käsitteli tuoksuja ja niiden myymistä. Tuoksujen myymisestä ei löytynyt sopivia lähteitä, jolloin tuoksukouluttajan haastattelusta saatiin paljon arvokasta tietoa tuoksuihin liittyvään myyntityöhön. Haastattelua on hyödynnetty niin opinnäytetyön teoriassa kuin oppaassa.

Tuoksuopas päädyttiin julkaisemaan Stockmannin verkko-oppimismaailmaan. Oppimismaailma sisältää koulutuksia eri aihealueista. Oppimismaailmasta ei aikaisemmin löytynyt yleispätevää koulutusta tuoksuihin. Verkko-oppimismaailmaan julkaistava opas oli järkevin vaihtoehto, sillä kaikilla Stockmannin myyjillä on käytössä omat iPadit. Henkilökohtaisten iPadien ansiosta myyjä pääsee oppimismaailmaan milloin tahansa. Oppimismaailman koulutuksia saa tehdä työajalla. Uudet myyjät aloittavat työt tekemällä koulutuksia oppimismaailmassa. Opas on tämän vuoksi heille helposti löydettävissä. Muiden Stockmannin osastojen myyjät pääsevät myös käsiksi oppaaseen oppimismaailmasta, jolloin hekin pystyvät hyödyntämään sitä. Esimerkiksi kodinosaston myyjät voivat saada hyödyllistä tietoa huonetuoksuihin liittyvistä asioista oppaan avulla.

Stockmannin koulutustiimin toiveena oli PowerPoint-muotoon sopiva työ. Opas toteutettiin PowerPoint-muodossa Canvan avulla, millä saadaan aikaiseksi helposti luettavaa ja esteettistä sisältöä. Sisällysluettelo tuli oppaaseen eri muodossa kuin muut sivut. Sisällysluettelo löytyy

koulutusta tehtäessä oikeasta nurkasta, jolloin se on helposti saatavilla, mikäli materiaalissa haluaa palata taaksepäin.

Tuoksupitoisuudet
Tuoksupitoisuudet: yhdistä parit
 Ole hyvä ja yhdistä oikein tuoksu ja tuoksun pysyminen iholla (kesto)

Tuoksu	Tuoksun kesto iholla
Eau Fraiche	6-12 tuntia
Eau de Cologne	30-60 minuuttia
Eau de Toilette	1-3 tuntia
Eau de Parfum	3-8 tuntia
Parfum	12-24 tuntia

Lähetä



Kuva 19: Tuoksuoppaan ensimmäinen tehtäväosio

Oppaan keskivaiheeseen ja loppuun on lisätty myös tehtäviä, jotta mielenkiinto pysyisi yllä materiaalia opiskeltaessa. Tehtävät edistävät myös asioiden oppimista ja muistamista. Ensimmäisessä tehtäväosiossa on ”yhdistä oikeat parit”-tyylinen tehtävä. Toisessa tehtäväosiossa tehtävät ovat väitetyylisiä ja vastausvaihtoehdot ovat ”Kyllä” ja ”Ei”. Tehtävän päätyttyä väärin menneistä tehtävistä tulee näytölle oikeat vastaukset.

Kiitos!

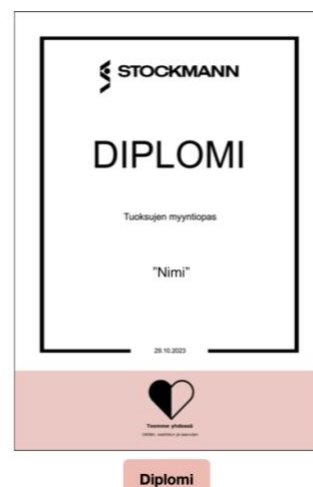
Kiitos, että perehdyit Tuoksujen myyntioppaaseen. Toivottavasti sait materiaalin myötä uutta oppia ja tietoa tuoksujen maailmasta, ja pystyt myös hyödyntämään oppimaasi palvellessasi asiakkaitamme.

Voit halutessasi ladata itsellesi diplomin tämän verkkokurssin suorittamisesta.

Olisi myös hienoa saada sinulta palautetta Tuoksujen myyntioppaan sisällöstä ja sen toimivuudesta oppimateriaalina. Pääset antamaan avointa palautetta seuraavalla sivulla.

Tuoksujen myyntioppaan tekijät: Roosa Harsia ja Saga Melander

Työ toteutettiin osana Estenomi-opintoihin liittyvää opinnäytetyötä.



Kuva 20: Tuoksuoppaan loppusanat ja diplomisivu

Oppaan lopussa on kiitosteksti oppaan suorittamisesta. Tekstissä esitellään myös oppaan tekijät ja mainitaan, että opas on luotu osana estenomiopintoihin liittyvää opinnäytetyötä. Koulutuksen suorittanut saa tallennettua itselleen halutessaan diplomin suorituksestaan. Tehty koulutus näkyy suoritettuna myyjän henkilökohtaisessa oppimismaailmassa.

Palautteesi Tuoksujen myyntiopas - verkkomateriaalista

Voit antaa avointa palautetta Tuoksujen myyntioppaan sisällöstä ja sen toimivuudesta oppimateriaalina.

Missä onnistuimme? Mitä kehittäisit?

Missä onnistuimme?

0

Mitä muuttaisit tai kehittäisit?

0

Kuva 21: Tuoksuoppaan palautesivu

Oppaan loppuun on laitettu linkki, mikäli koulutuksesta haluaa antaa palautetta oppaan sisällöstä ja sen toimivuudesta oppimateriaalina. Palautesivulla on seuraavat kysymykset: ”Missä onnistuimme?” ja ”Mitä muuttaisit tai kehittäisit?”. Palautetta voi antaa vapaamuotoisesti. Palautteen antaminen ei ole kuitenkaan pakollista.

Tuoksuopas toimii Stockmannin verkko-oppimismaailmassa teknisesti halutulla tavalla. Koulutuksen eteneminen on sujuvaa ja rakenne on selkeä. Verkko-oppaan lopusta löytyy valmiin opinnäytetyön linkki, jotta aiheeseen pääsee halutessaan tutustumaan lisää. Opiskelua voi syventää lukemalla opinnäytetyön teoriaosuutta.

12 Pohdinta

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää ja syventää myyjien osaamista tuoksuista. Tavoitteena oli luoda Stockmannin myyntihenkilöstölle tuoksuopas, joka avustaisi heitä tuoksujen myynnissä. Kosmetiikkamyymälöille tuoksut ovat usein haastava kosmetiikan osa-alue, minkä johdosta kehittämistyötä lähdettiin toteuttamaan. Oppaan työstäminen aloitettiin, kun

teoriaosuus opinnäytetyöhön oli kirjoitettu. Oppaaseen koottiin ydinasiat opinnäytetyön teoriasta. Opas on rakennettu kosmetiikkamyynnin näkökulmasta.

Työn tavoitteet sen sisällöstä ja valmistumisajankohdasta asetettiin työn alkuvaiheessa. Työn valmistumistavoite oli syyskuun aikana, mutta todellinen valmistuminen oli marraskuussa. Teorian kirjoittamisessa ja verkko-oppaan tekemisessä kului suunniteltua pidempi aika. Työn teorian sisältö pysyi lähes samana, mitä se oli suunnitteluvaiheessa. Työstä karsittiin epäolennaiset aiheet pois ja teoriaa tarkennettiin mahdollisimman hyödylliseksi myyjille. Työn alussa suunniteltu haastattelu tuoksukouluttajan kanssa toteutui erinomaisesti. Haastattelusta tuli työhön tärkeä lähde, sillä tuoksujen myymisestä ei ollut sopivaa tietoa saatavilla.

Opinnäytetyön teoria rakennettiin myyntityötä tukevaksi kokonaisuudeksi. Teoriaosuudesta rajattiin pois tuoksujen kemiaan syventyvät asiat, jotka eivät ole olennaisia myyntityössä. Työn alkuvaiheessa työhön oli suunniteltu osiot tuoksuylherkkyydestä sekä tuoksutrendeistä. Nämä rajattiin lopullisesta työstä pois. Tuoksuylherkkyys on aiheena monimutkainen, sillä yliherkkyys on siitä kärsivillä yksilöllistä. Tietoa tiettyjen raaka-aineiden altistavuudesta tuoksuylherkille ei ole saatavilla. Tuoksutrendit rajattiin pois, sillä työstä haluttiin tehdä mahdollisimman ajaton. Tuoksutrendit muuttuvat nopeasti lyhyellä aikavälillä.

Alkuperäiseen suunnitelmaan kuului kysely Stockmannin kosmetiikkamyynnin tuoksuoppaan sisältötoiveista. Haasteena oli, että kysely ei tavoittanut tarpeeksi myyjiä ja näin vastauksia saatiin niukasti. Tämän takia kyselystä päädyttiin luopumaan kokonaan. Vaikka tuoksuopas on suunnattu kaikille kosmetiikkamyynnin myyjille, vastausten vähäisyydestä ymmärrettiin, että opas koskettaisi enemmän uusia myyjiä. Opinnäytetyötä työstettäessä Stockmannilla ei ollut aloittelevia kosmetiikkamyynin myyjiä haastateltavaksi. Opasta varten otettiin huomioon koulutusvastaavan sekä kosmetiikan esihenkilöiden mielipiteet, joiden yhdistelmästä syntyi toimiva kokonaisuus.

Opinnäytetyöprosessissa toinen haaste oli lähteiden vähäisyys ja luotettavuus. Hyvien lähteiden löytämiseen käytettiin paljon aikaa. Kirjallisuutta aiheesta oli melko vähän. Suurin osa kirjallisuudesta oli hyvin tieteellistä ja se keskittyi tuoksuihin kemian näkökulmasta. Teoriaa varten turvauduttiin isolta osin sähköisiin lähteisiin, joita täytyi tutkia tarkasti luotettavuuden varmistamiseksi. Tuoksukouluttajan haastattelu oli hyvä lisä teoriaan. Sitä hyödynnettiin teorian osa-alueissa, joista tietoa ei löytynyt. Tuoksukouluttajan perspektiivi on myynnin näkökulmasta erittäin kiinnostava. Haastattelu olisi voinut olla laajempi, jotta sitä olisi pystytty hyödyntämään enemmän työssä.

Opinnäytetyön tavoite saavutettiin luomalla toimiva verkko-oppimismateriaali. Stockmannin oppimis- ja koulutusvastaava antoi tuoksujen verkko-oppaasta kiitettävää palautetta. Palautteessa tuli esiin tyytyväisyys oppaan sisältöön ja pituuteen. Oppimis- ja

koulutusvastaavan mukaan oppaan sisältö on riittävän tiivis, mutta sisällöltään rikas ja rakenteeltaan innostava kokonaisuus. Palautteessa mainittiin myös, että oppaan sisältöön on valittu oleellimmat asiat myyjien osaamisen kehittämiseksi ja se tukee hyvin varsinkin uusia kosmetiikan myyjiä. Oppaassa on myös paljon kuvia, jotka tuovat oppimis- ja koulutusvastaavan mukaan verkkokurssiin vaihtelevuutta mielenkiinnon ylläpitämiseksi. Hänen mukaansa verkkokurssi inspiroi oppijaa jatkamaan aiheeseen syventymistä itsenäisesti.

Opinnäytetyöstä ja kehitetystä oppaasta tuli toimiva kokonaisuus koulutusnäkökulmasta. Oppaasta luotiin mahdollisimman helppokäyttöisen, tiiviin ja informatiivisen. Teorian rajaaminen oli onnistunut. Tuoksuihin liittyviä aihealueita on paljon, minkä vuoksi työhön rajattiin myyjille tärkeimmät osuudet. Opinnäytetyön toimeksiantaja Stockmann sai työstä toimivan ja myyjiä kehittävän oppimismateriaalin. Oppimismateriaalin avulla myyjät voivat kehittyä työssään ja näin tuottaa lisätuottoa yritykselle. Vaikka opas on suunnattu Stockmannin myyjille, kaikki tuoksuista kiinnostuneet pääsevät lukemaan opinnäytetyötä.

Oppaan lopussa on kyselylomake, johon koulutuksen suorittanut voi antaa halutessaan palautetta. Koulutustiimi pystyy hyödyntämään vastauksia tuleviin koulutuksiin. Verkkokoulutuksissa olisi tulevaisuudessa hyvä kysellä myyjien mielipiteitä. Näin saadaan myyjille mahdollisimman hyödyllistä ja kiinnostavaa tietoa, jota he eivät välttämättä saa tai löydä muualta. Opasmuodossa toteutettu koulutusmateriaali on helppolukuinen ja käytännöllinen myyjille. Verkko-oppimismaailmaan olisi hyvä saada lisää peruskoulutuksia eri tuoteryhmistä. Samantyyllisiä oppaita voitaisiin tehdä muista haastavista kosmetiikan alueista, kuten luonnonkosmetiikasta tai partatuotteista. Verkossa toteutettavat oppaat ovat yritykselle hyödyllisiä, sillä niitä on helppo muokata ja lisätä tulevaisuudessa

Lähteet

Painetut

Fairley, J. & McKay, L. 2015. Parfyymien salat: Historia, valmistusmenetelmät ja 100 tärkeintä tuoksua. Helsinki: Minerva.

Sell, C. S. 2019. Fundamentals of fragrance chemistry. Weinheim, Germany: Wiley VCH.

Turunen, A. 2021. Tuoksujen atlas. Helsinki: Aula & Co.

Sähköiset

Andersen, A. 2019. Jasmiinipensas. Pixabay. Viitattu 6.10.2023. <https://www.pexels.com/fi-fi/kuva/puu-maisema-luonto-kukat-2282979/>

Andlelore 2023. Decoding Aromas: What Does Musk Smell Like? Viitattu 22.10.2023. <https://candlelore.com/blogs/news/what-does-musk-smell-like>

Aromtech 2023. Tuotanto. Viitattu 2.9.2023. <https://aromtech.com/fi/company/manufacturing/>

Byredo 2023. About. Viitattu 13.9.2023. https://www.byredo.com/eu_en/about

Chanel 2023. About Chanel. The Founder. Viitattu 19.9.2023. <https://www.chanel.com/us/about-chanel/the-founder/>

Chanel 2023. About Chanel. The History. Viitattu 19.9.2023. <https://www.chanel.com/us/about-chanel/the-history/>

Dior 2023. Christian Dior - Couturier-Perfumer. Viitattu 19.9.2023. https://www.dior.com/en_fi/beauty/fragrance/christian-dior-couturier-perfumer.html

Diptyque 2023. About the Maison. Viitattu 14.9.2023. https://www.diptyqueparis.com/en_eu/c/high-perfumery-pioneer-part3.html

Dugo, G. & Bonaccorsi, I. 2013. Citrus Bergamia: Bergamot and Its Derivatives. E-kirja. Boca Raton Florida, USA: CRC Press Taylor & Francis.

Fragrantica 2023a. Designers. Giorgio Armani. Viitattu 19.9.2023.

<https://www.fragrantica.com/designers/Giorgio-Armani.html>

Fragrantica 2023b. Designers. Jo Malone London perfumes and colognes. Viitattu 19.9.2023.

<https://www.fragrantica.com/designers/Jo-Malone-London.html>

Fragrantica 2023c. Designers. Tom Ford. Viitattu 21.9.2023.

<https://www.fragrantica.com/designers/Tom-Ford.html>

Gâdea Ş., Vâtcă A. & Vâtcă S. 2017. Agriculture - Science and Practice. The History and Use of Perfume in Human History. University of Agricultural Science and Veterinary Medicine. Viitattu 15.5.2023.

<https://journals.usamvcluj.ro/index.php/agricultura/article/view/12864/10504>

Galerie Dior 2023. History. Viitattu 19.9.2023. <https://www.galeriedior.com/en/history>

Giorgio Armani Beauty 2023. About Armani. Fragrance Philosophy. Viitattu 19.9.2023.

<https://www.giorgioarmanibeauty-usa.com/fragrance-philosophy/fragrance-philosophy.html>

Guerlain 2023. La Maison Guerlain. History. Viitattu 26.10.2023.

<https://www.guerlain.com/us/en-us/c/history-us.html>

Hannuksela, M. 2013. Parfyymien historiaa. Allergia- ja astmaliitto. Viitattu 15.5.2023.

<https://web.archive.org/web/20131216210324/http://www.allergia.fi/allergia-ja-astma/hajusteyliherkkyys/parfyymien-historiaa/>

Harris, E. 2022. What Is The Fresh Fragrance Family? Phlur. Viitattu 8.5.2023.

<https://phlur.com/blogs/perfumery-dictionary/what-is-the-fresh-fragrance-family>

Kew Royal Botanic Gardens 2023. Common jasmine. Viitattu 13.10.2023.

<https://www.kew.org/plants/common-jasmine>

Kristic, M. 2021. Fragrance Strengths & Perfume Concentrations: An Easy Guide. Scentgrail.

Viitattu 3.9.2023. <https://scentgrail.com/scent-grail-learning-center/fragrance-strengths/>

Le Guérier, A. 2013. History of fragrance. La Société Française des Parfumeurs. Viitattu

15.5.2023. <https://www.parfumeurs-createurs.org/en/article/history-of-fragrance-42>

Manzanita Capital 2023. Diptyque. Viitattu 14.9.2023.

<https://manzanitacapital.com/diptyque/>

Museo del Perfume 2010. Egypt. Viitattu 15.5.2023. <http://museudelperfum.com/en/egypt/>

Museo del Perfume 2010. Greece. Viitattu 15.5.2023.

<http://museudelperfum.com/en/greece/>

Museo del Perfume 2010. Mesopotamia. Viitattu 8.5.2023.

<http://museudelperfum.com/en/mesopotamia/>

Museo del Perfume 2012. Islam. Viitattu 16.5.2023. <http://museudelperfum.com/en/islam/>

Pairfum London 2023. What is the definition of a niche perfume? Viitattu 30.10.2023.

<https://www.pairfum.com/what-is-the-definition-of-a-niche-perfume/>

Perfume notes: Chypre, the most beautiful (lesser-known) fragrance family 2015.

Telegraph.co.uk; London. Viitattu 31.05.2023.

<https://www.proquest.com/central/docview/1658598896/fulltext/6E54CFB6193A48C3PQ/25?accountid=12003>

Pixabay 2013. Vaniljapapuja. Viitattu 6.10.2023. <https://pixabay.com/fi/photos/kuivaus-vanilja-pavut-mauritius-114135/>

Pixabay 2014a. Valkoinen santelipuu. Viitattu 6.10.2023.

<https://pixabay.com/fi/photos/intialainen-santelipuu-332884/>

Pixabay 2014b. Vaniljakukkia. Viitattu 6.10.2023. <https://pixabay.com/fi/photos/vaniljan-kukka-vanilja-valkoinen-542019/>

Pixabay 2016. Santelipuupuru. Viitattu 6.10.2023. <https://pixabay.com/fi/photos/santalum-albumi-1607225/>

Pixabay 2020. *Jasmininum sambac*. Viitattu 6.10.2023.

<https://pixabay.com/fi/photos/jasmine-arabian-jasmine-5346865/>

Pixabay 2021. Bergamotti. Viitattu 6.10.2023. <https://pixabay.com/fi/photos/bergamotin-appelsiinit-bergamotteja-6682780/>

Scentmate by Firmenich 2021. What is the olfactive pyramid. Viitattu 5.5.2023.

<https://www.scentmate.com/articles/what-is-the-olfactive-pyramid>

Spices Board India 2023. Vanilla. Ministry of Commerce & Industry, Govt. of India. Viitattu 6.10.2023. <https://www.indianspices.com/spice-catalog/vanilla>

Stockmann 2023a. Stockmann Helsingin keskusta. Viitattu 27.4.2023. <https://info.stockmann.com/info/tavaratalot/helsingin-keskusta/>

Stockmann 2023b. Arvot. Viitattu 8.5.2023. <https://www.stockmangroup.com/fi/arvot>

Stockmann 2023c. Stockmannin toimintaperiaatteet (Code of Conduct). Viitattu 8.5.2023. <https://www.stockmangroup.com/fi/toimintaperiaatteet>

Stockmann 2023d. Tuoksut. Viitattu 8.5.2023. <https://www.stockmann.com/kosmetiikka/tuoksut?store=ecomm>

Stockmann Group 2014. Viitattu 27.4.2023. <https://www.stockmangroup.com/fi/fi>

The Fragrance Conservatory 2023. The history of fragrance. Viitattu 17.5.2023. <https://fragranceconservatory.com/history-of-fragrance>

The perfume society 2023a. Fresh. Viitattu 8.5.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/fresh/>

The perfume society 2023b. Floral. Viitattu 23.5.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/floral/>

The perfume society 2023c. Ambrée. Viitattu 22.7.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/ambree/>

The perfume society 2023d. Floriental. Viitattu 22.7.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/floriental/>

The perfume society 2023e. Gourmand. Viitattu 19.6.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/gourmand/>

The perfume society 2023f. Chypre. Viitattu 31.5.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/chypre/>

The perfume society 2023g. Woody. Viitattu 29.5.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/woody/>

The perfume society 2023h. Fougère. Viitattu 19.6.2023. <https://perfumesociety.org/fragrance-families/fougere/>

The perfume society 2023i. Musk. Viitattu 22.10.2023.

<https://perfumesociety.org/ingredients-post/musk/>

The perfume society 2023j. Rose. Viitattu 8.10.2023.

<https://perfumesociety.org/ingredients-post/rose/>

Vainstein, A., Lewinsohn, E., Pichersky, E. & Weiss, D. 2001. Floral Fragrance. New Inroads into an Old Commodity. Oxford Academic. Viitattu 23.5.2023.

<https://academic.oup.com/plphys/article/127/4/1383/6103681>

What is the olfactive pyramid 2021. Scentmate by Firmenich. Viitattu 5.5.2023.

<https://www.scentmate.com/articles/what-is-the-olfactive-pyramid>

Wikipedia 2005. Vetiver roots for sale. Viitattu 13.11.2023.

https://en.wikipedia.org/wiki/Chrysopogon_zizanioides#/media/File:Vetiveria_zizanioides_ds_c07810.jpg

Wikipedia 2006. Patsuli. Viitattu 13.11.2023.

https://fi.wikipedia.org/wiki/Patsuli#/media/Tiedosto:Pogostemon_cablin_001.jpg

Wikipedia 2011. *Rosa x damascena*. Viitattu 13.11.2023.

https://en.wikipedia.org/wiki/Rosa_x_damascena#/media/File:Gole_mohamadi.JPG

Wikipedia 2017. *Chrysopogon zizanioides*. Viitattu 13.11.2023.

https://en.wikipedia.org/wiki/Chrysopogon_zizanioides#/media/File:Vetiver_grass.jpg

Wikipedia 2019. *Rosa x centifolia*. Viitattu 13.11.2023.

https://en.wikipedia.org/wiki/Rosa_x_centifolia#/media/File:Rosa_centifolia_foliacea.jpg

Julkaisemattomat

Helavirta, S. 2023. Tuoksukouluttajan haastattelu 27.6.2023. Estée Lauder Companies. Helsinki.

Kuvat

Kuva 1: Tuoksupyramidi	16
Kuva 2: Bergamotti (Pixabay 2021)	23
Kuva 3: Vasemmalla <i>Jasmininum sambac</i> (Pixabay 2020) ja oikealla jasmiinipensas (Andersen 2019).....	24
Kuva 4: Vasemmalla myskikauris (Turunen 2021, 102) ja oikealla sivettikissa (Turunen 2021, 106)	25
Kuva 5: Patsuli (Wikipedia 2006).....	26
Kuva 6: Vasemmalla kartanonruusu (Wikipedia 2019) ja oikealla damaskonruusu (Wikipedia 2011).....	27
Kuva 7: Vasemmalla valkoinen santelipuu (Pixabay 2014a) ja oikealla santelipuupuru (Pixabay 2016).....	29
Kuva 8: Vasemmalla vaniljapapuja (Pixabay 2013) ja oikealla vaniljakukkia (Pixabay 2014b)	30
Kuva 9: Vasemmalla vetiver kasvi (Wikipedia 2017) ja oikealla vetiverin aromaattiset juuret (Wikipedia 2005)	31
Kuva 10: Tuoksuoppaan sisältö.....	37
Kuva 11: Tuoksuoppaan historiaosuuden ensimmäinen osa	38
Kuva 12: Tuoksuoppaan valmistusmenetelmät osio	39
Kuva 13: Tuoksuoppaan tuoksupitoisuudet -osio.....	39
Kuva 14: Tuoksuoppaan tuoksupyramidi-osio	40
Kuva 15: Tuoksuoppaan tuoksuperheet-osio, itämaiset tuoksut.....	41
Kuva 16: Tuoksuoppaan yleisiä tuoksuruoka-aineita -osio, ensimmäinen osa.....	41
Kuva 17: Tuoksuoppaan tuoksutalot-osio, Jo Malone London	42
Kuva 18: Tuoksuoppaan osio: Tuoksujen myyminen.....	43
Kuva 19: Tuoksuoppaan ensimmäinen tehtäväosio	44
Kuva 20: Tuoksuoppaan loppusanat ja diplomisivu	44
Kuva 21: Tuoksuoppaan palautesivu.....	45

Liitteet

Liite 1: Tuoksuopas 55

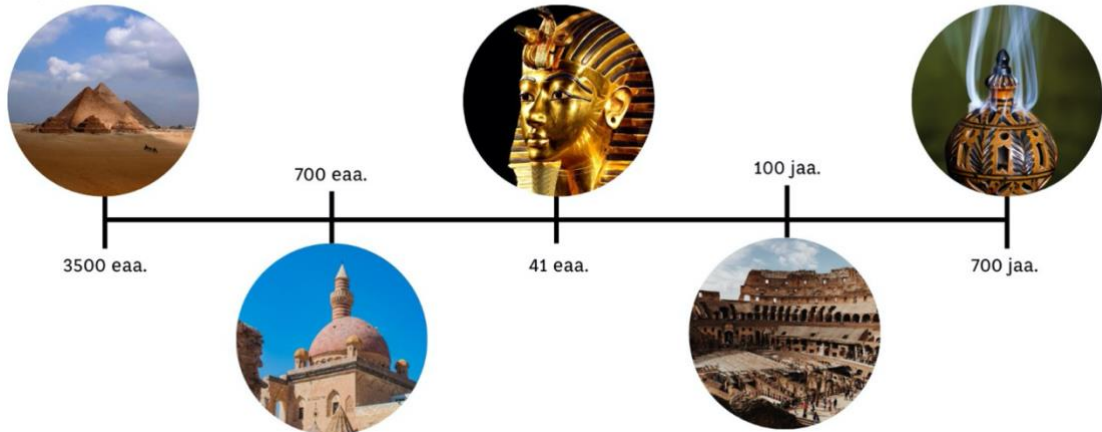
Liite 1: Tuoksuopas

TUOKSUJEN MYyntIOPAS



TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



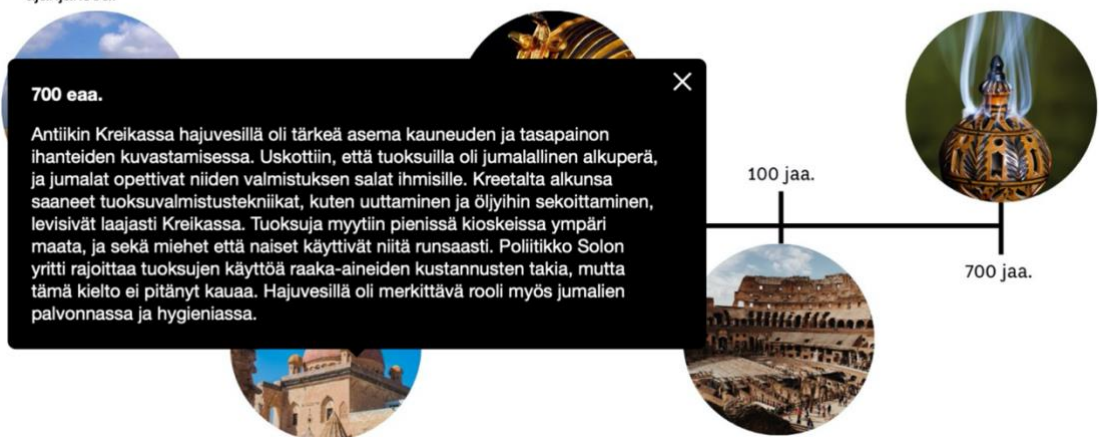
TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



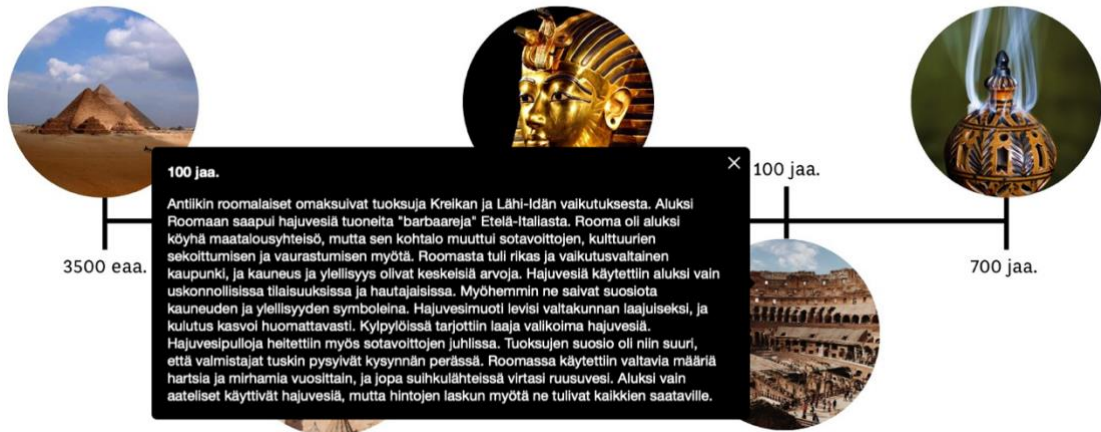
TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



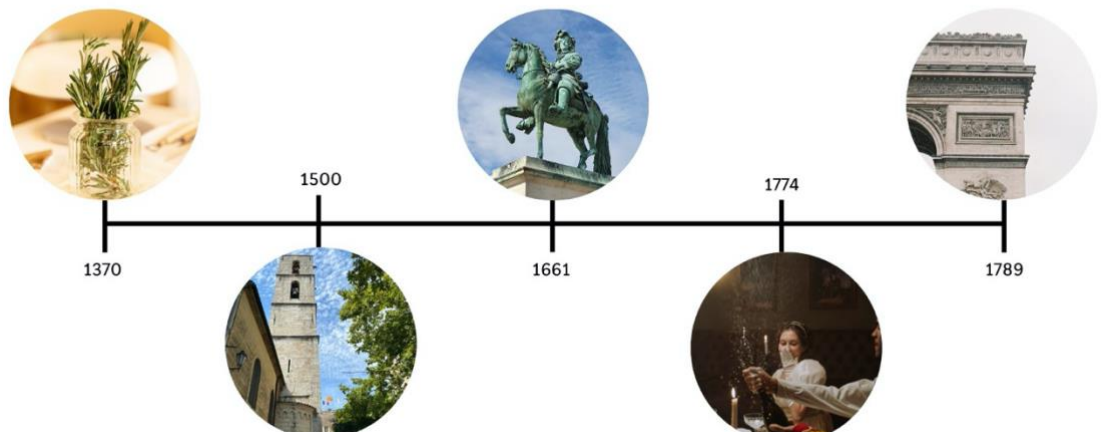
TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



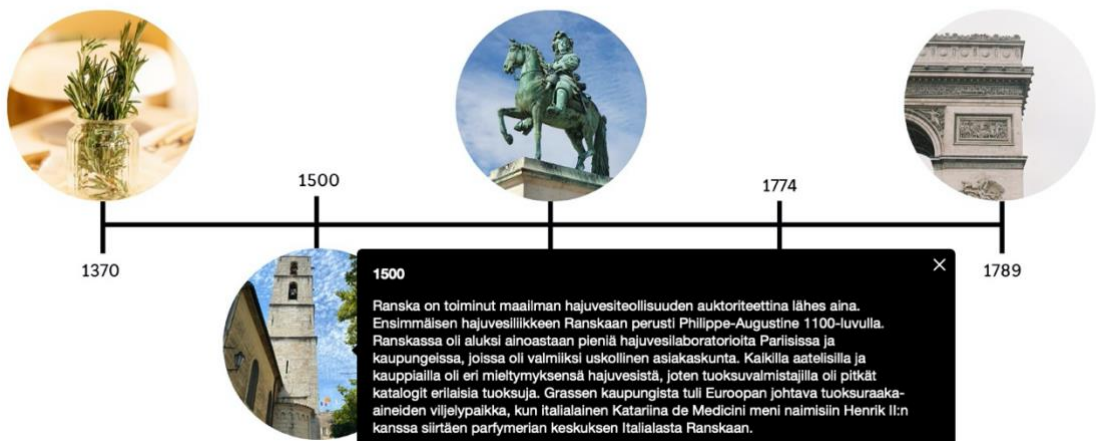
TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



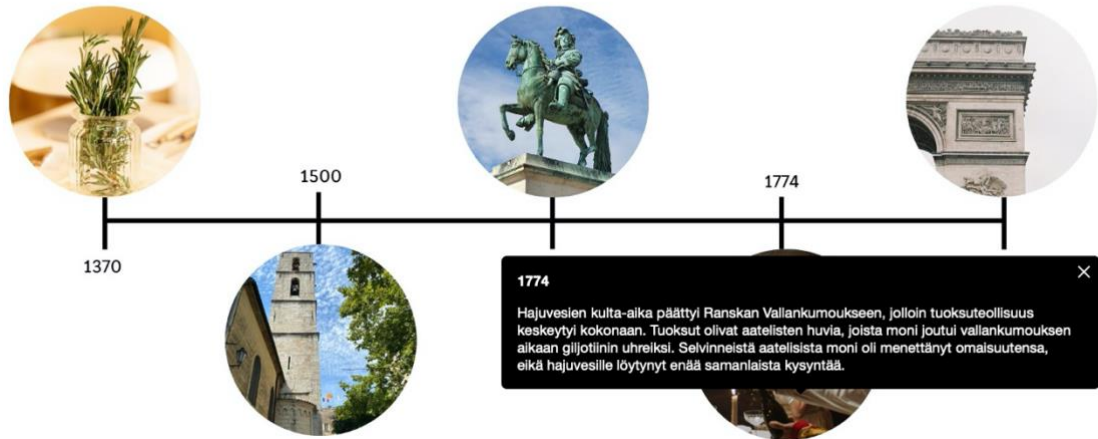
TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



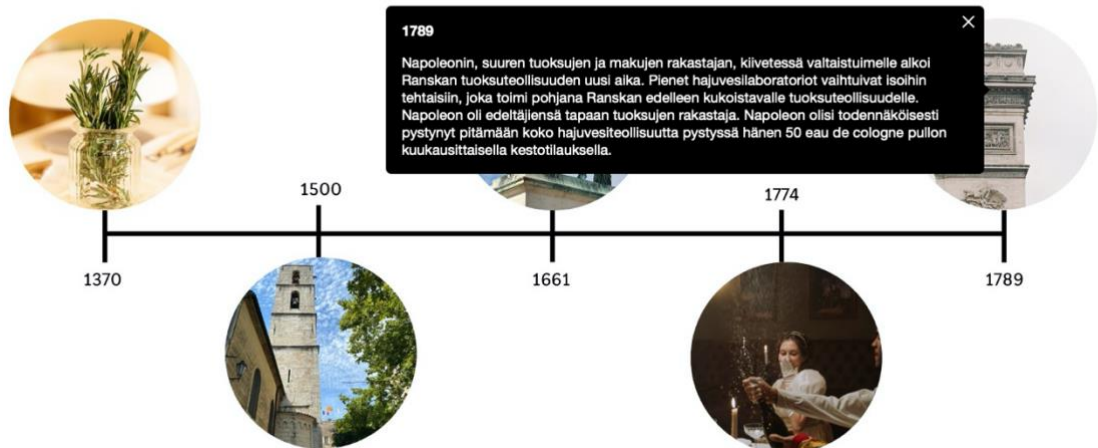
TUOKSUJEN HISTORIA

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.

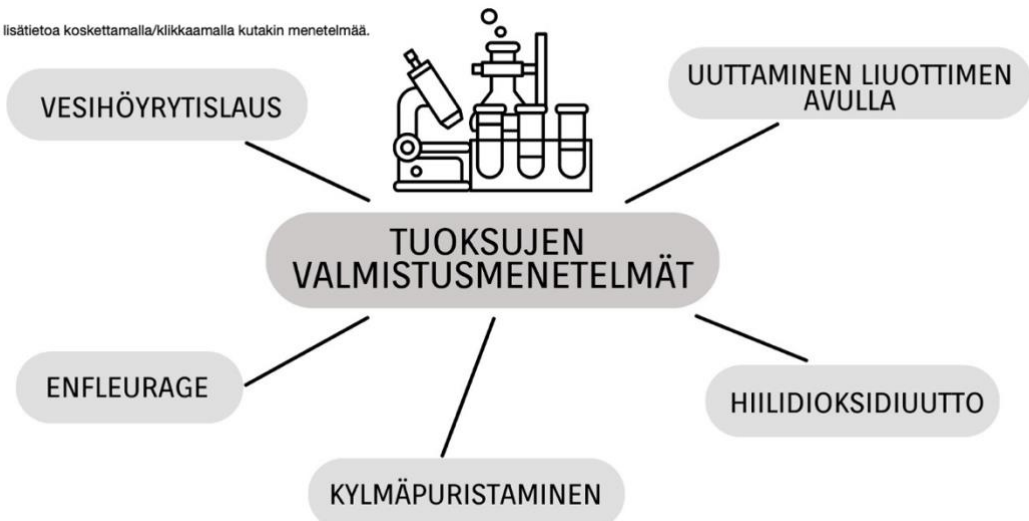


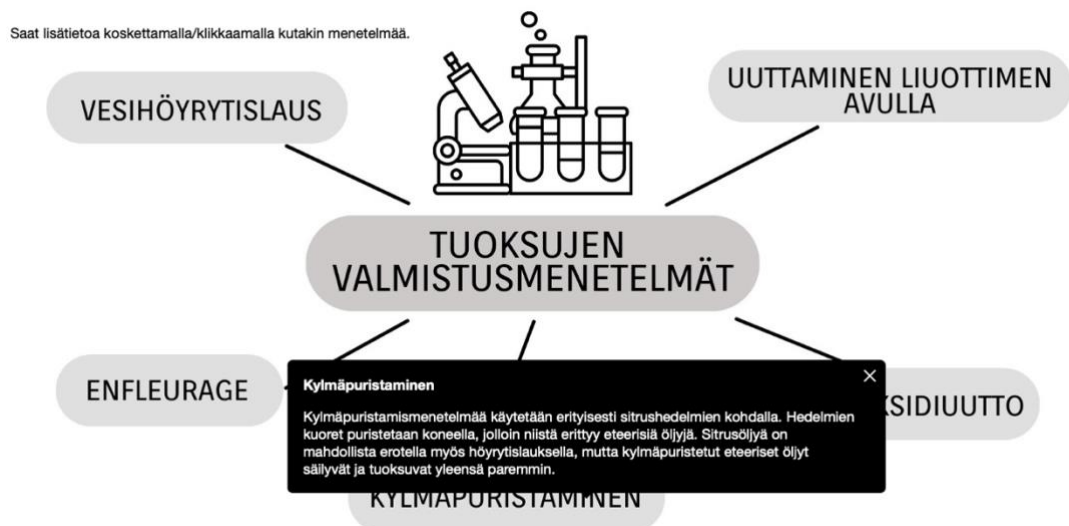
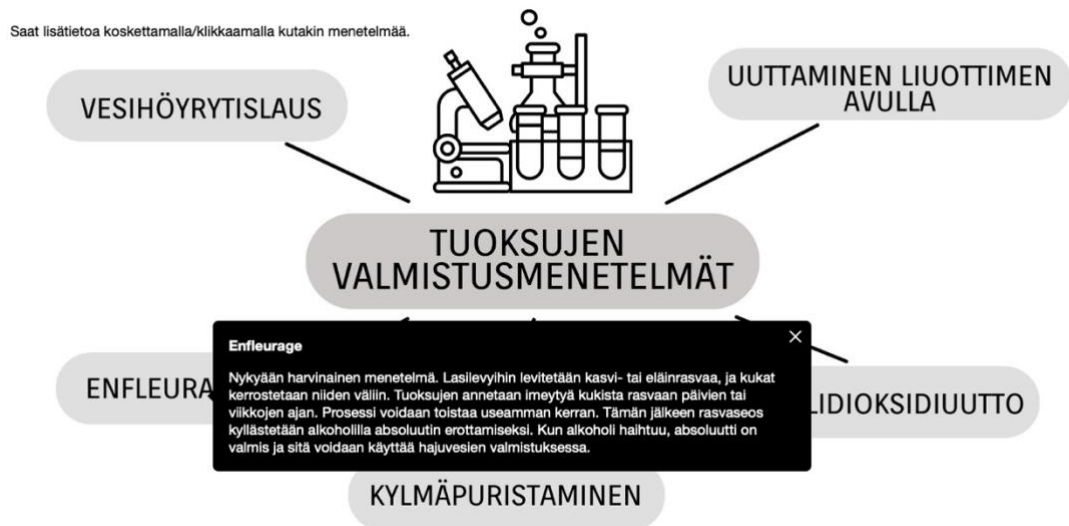
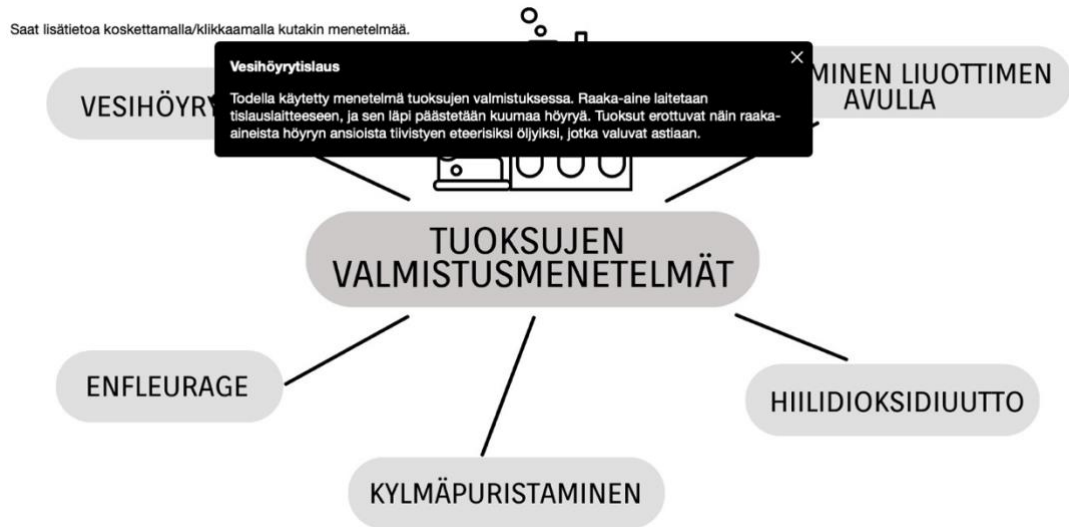
TUOKSUJEN HISTORIA

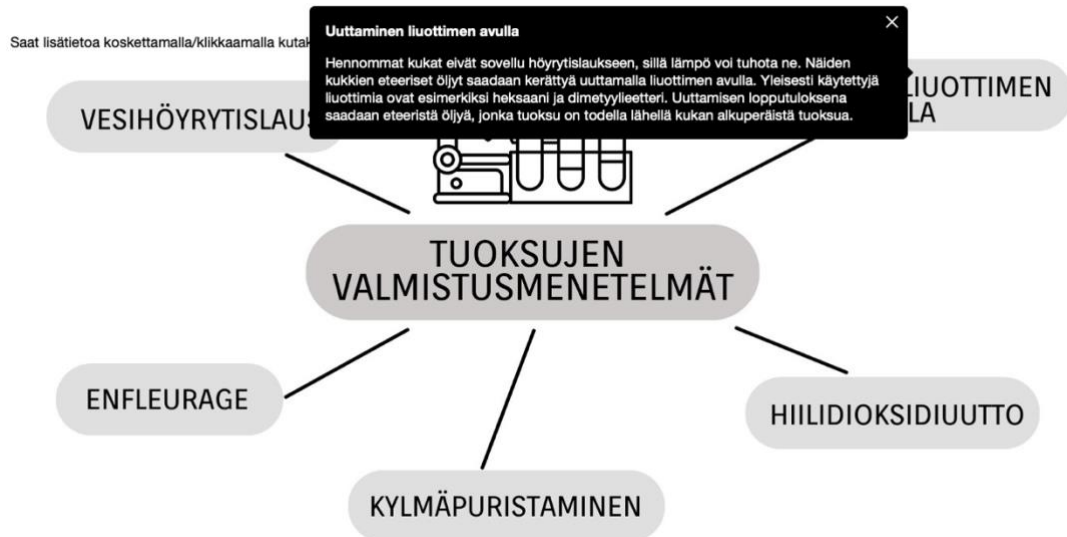
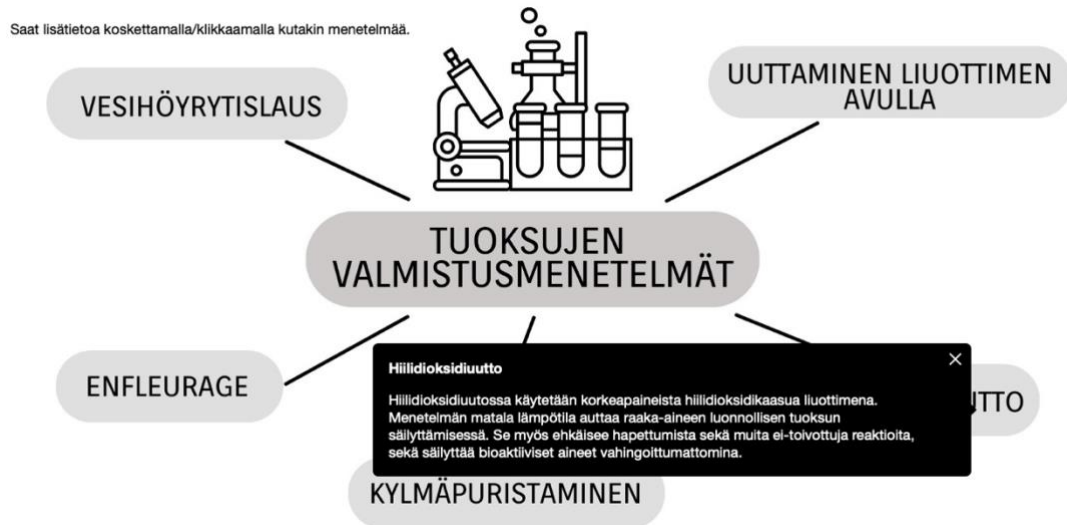
Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin ajanjaksoa.



Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin menetelmää.







TUOKSUPITOISUUDET

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin tuoksua.

Eau Fraîche



1-3%
tuoksuöljyä

Eau de Cologne
(EDC)



2-4%
tuoksuöljyä

Eau de Toilette
(EDT)



5-15%
tuoksuöljyä

Eau de Parfum
(EDP)



15-20%
tuoksuöljyä

Parfum



20-40%
tuoksuöljyä

TUOKSUPITOISUUDET

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin tuoksua.

Eau Fraîche	Eau de Cologne (EDC)	Eau de Toilette (EDT)	Eau de Parfum (EDP)	Parfum
				
1-3% tuoksuöljyä	2-4% tuoksuöljyä	5-15% tuoksuöljyä	15-20% tuoksuöljyä	20-40% tuoksuöljyä

Eau Fraîche

- 1-3 % tuoksuöljyä
- pysyy iholla 30-60min
- koostuu suurimmaksi osaksi vedestä
- useimmiten ei sisällä alkoholia
- edullinen vaihtoehto
- sopii esimerkiksi suihkun jälkeen tuomaan lisääraukautta
- voi suosittelua tuoksuherkille ja kuivalhoisille

TUOKSUPITOISUUDET

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin tuoksua.

Eau Fraîche	Eau de Cologne (EDC)	Eau de Toilette (EDT)	Eau de Parfum (EDP)	Parfum
				
1-3% tuoksuöljyä	2-4% tuoksuöljyä	5-15% tuoksuöljyä	15-20% tuoksuöljyä	20-40% tuoksuöljyä

Eau de Cologne

- 2-4 % tuoksuöljyä
- pysyy iholla 1-3 tuntia
- tuoksuuotit puhtaita, raikkaita ja virkistäviä
- miesten tuoksuissa käytetään usein esimerkiksi sitrushedelmiä, nerolia ja laventelia
- korkea alkoholipitoisuus
- toimivat loistavasti lämpimämpinä päivinä

TUOKSUPITOISUUDET

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin tuoksua.

Eau Fraîche	Eau de Cologne (EDC)	Eau de Toilette (EDT)	Eau de Parfum (EDP)	Parfum
				
1-3% tuoksuöljyä	2-4% tuoksuöljyä	5-15% tuoksuöljyä	15-20% tuoksuöljyä	20-40% tuoksuöljyä

Eau de Toilette

- 5-15 % tuoksuöljyä
- pysyy iholla 3-8 tuntia
- alkunuoitit, kuten sitrushedelmät, korostuvat usein eniten
- pohjanuoitit ovat usein kevyitä
- alkoholipitoisuus on noin 85 %
- voivat olla kestävämpiä kuin saman linjan tiivistetyimmät tuoksut
- hyvä tuoksun heijastavuus

TUOKSUPITOISUUDET

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin tuoksua.

Eau Fraîche	Eau de Cologne (EDC)	Eau de Toilette (EDT)	Eau de Parfum (EDP)	Parfum
				
1-3% tuoksuöljyä	tuoksuöljyä	tuoksuöljyä	10-20% tuoksuöljyä	20-40% tuoksuöljyä

Eau de Parfum

- 15-20 % tuoksuöljyä
- pysyy iholla 6-12 tuntia
- suosituin tuoksupitoisuus
- lähes jokaisella tuoksumerkillä edp-tuoksua
- keskitytään sydäntuoksuun
- latvatuoksu haihtuu ensimmäisenä, sydän- ja juurituoksu pysyvät iholla pisimpään
- alhaisempi alkoholipitoisuus kuin edt-tuoksussa

TUOKSUPITOISUUDET

Saat lisätietoa koskettamalla/klikkaamalla kutakin tuoksua.

Eau Fraîche	Eau de Cologne (EDC)	Eau de Toilette (EDT)	Eau de Parfum (EDP)	Parfum
				
1-3% tuoksuöljyä	2-4% tuoksuöljyä	5-15% tuoksuöljyä	15-20% tuoksuöljyä	20-40% tuoksuöljyä

Parfum

- 20-40 % tuoksuöljyä
- pysyy iholla 12-24 tuntia
- kaikista arvokkain tuoksupitoisuus
- myydään usein pienemmissä pulloissa kuin muita tuoksupitoisuuksia
- yksi tai muutama suihkaus riittää usein koko päiväksi
- keskitytään yleensä koko tuoksuukokonaisuuteen, eli latva-, sydän- ja juurituoksu ovat kaikki yhtä tärkeässä osassa

Tuoksupitoisuudet

Tuoksupitoisuudet: yhdistä parit

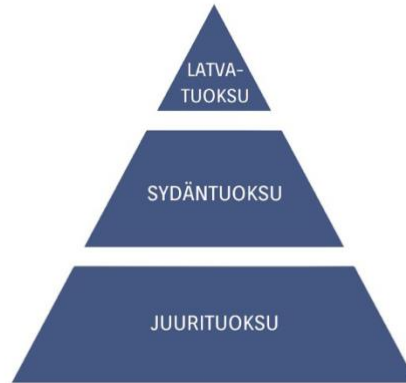
Ole hyvä ja yhdistä oikein tuoksu ja tuoksun pysyminen iholla (kesto)

Tuoksu	Tuoksun kesto iholla
<input type="text" value="Eau Fraîche"/>	<input type="text" value="6-12 tuntia"/>
<input type="text" value="Eau de Cologne"/>	<input type="text" value="30-60 minuuttia"/>
<input type="text" value="Eau de Toilette"/>	<input type="text" value="1-3 tuntia"/>
<input type="text" value="Eau de Parfum"/>	<input type="text" value="3-8 tuntia"/>
<input type="text" value="Parfum"/>	<input type="text" value="12-24 tuntia"/>



TUOKSUPYRAMIDI

Kosketa/klikkaa pyramidin eri osia.



TUOKSUPYRAMIDI

Kosketa/klikkaa pyramidin eri osia.

Latvatuoksu ×

- Latvatuoksu eli alkutuoksu antaa tuoksun ensivaikutelman ja tasoittaa tietä kohti sydäntuoksua.
- Latvatuoksulissa käytetään usein pienimolekyylisiä sitruustuoksuja, jotka ovat raskaita ja nopeasti haihtuvia.
- Latvatuoksu kestää yleensä kymmenestä minuutista tuntiin.
- Latvatuoksussa käytetään usein sitruksia ja muita hedelmiä.

TUOKSUPYRAMIDI

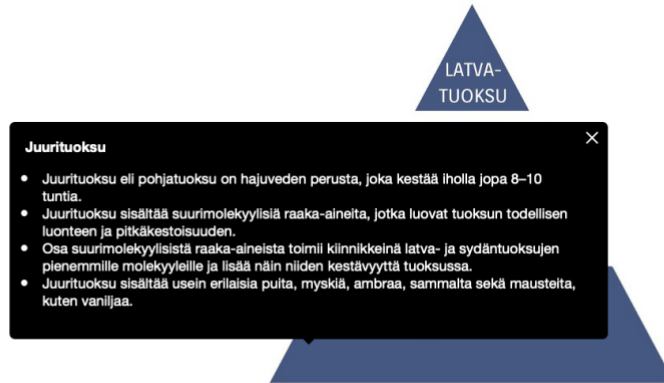
Kosketa/klikkaa pyramidin eri osia.

Sydäntuoksu ×

- Sydäntuoksu eli keskituoksu alkaa kehittymään hajuveden sulhkauttamisen jälkeen.
- Sydäntuoksu voi kehittyä alkutuoksuun yhteensopivaksi tai piilottaa pohjatuoksuja, jotka tarvitsevat enemmän kypsymisaikaa.
- Sydäntuoksun raaka-aineiden molekyylit ovat keskikokoisia ja näin ne ovat hitaammin haihtuvia.
- Sydäntuoksun kesto riippuu tuoksun muusta koostumuksesta, mutta ne voivat kestää iholla jopa 2-3 tuntia.
- Sydäntuoksussa käytetään usein kukkia, mausteita ja hedelmiä.

TUOKSUPYRAMIDI

Kosketa/klikkaa pyramidin eri osia.



TUOKSUPERHEET

RAIKKAAT TUOKSUT "FRESH"



- Rikkaat tuoksut yhdistetään yleisesti virkistäviin, kevyisiin ja puhtaisiin tuoksuihin.
- Näillä energisillä tuoksuilla on yhteisiä tuoksuviivahteita erilaisista sitruhedelmistä, kuten sitruunasta, greipistä, mandariinista, bergamotista ja appelsiineista.
- Rikkaista tuoksuja kutsutaan usein myös sitrustuoksuiksi tai antiikin Kreikan mytologian mukaan hesperideiksi.
- Englanninkielinen nimitys tälle tuoksuperheelle on usein "Fresh".
- Rikkaat tuoksut kuuluvat vahvuudeltaan yleensä Eau de Toilette tai Eau de Cologne -tuoksuihin.
- Rikkaat tuoksut voidaan jakaa erilaisiin viiteen alakategoriaan, jotka ovat; raikas sitrus, raikas aromaattinen, raikas vihreä, raikas hedelmäinen ja raikas vesimäinen.
- Sitrustuoksujen pysyvyys iholla on usein heikompi, sillä sitruhedelmien tuoksut ovat mietoja ja nopeasti haihtuvia.

TUOKSUPERHEET

KUKKAISTUOKSUT "FLORAL"



- Kukkaistuoksut ovat suosituin tuoksuperhe ja iso osa tuoksuista kuuluu kukkaistuoksujen tuoksuperheeseen.
- Kukkaistuoksut ovat usein luonteeltaan hyvin naisellisia.
- Kukkaistuoksut voivat sisältää monia kukkaisia, kuten gardeniaa, ruusua, jasmiinia, pionia, tuberoosaa, mangoliaa ja kieloa.
- Kukkien tuoksuun voidaan yhdistää hedelmäisiä- tai mausteisia tuoksuja, jotka tekevät tuoksusta lämpimämmän.
- Kukkaistuoksujen alakategorioihin kuuluu aldehydimaiset-, hedelmäiset-, valkoiset-, rikkaat-, myskiset- ja vihreät kukkaistuoksut. Myös "kukkaimppumaiset" ja yksinkertaiset kukkaistuoksut omaavat omat alaryhmänsä kukkaistuoksuperheessä.

TUOKSUPERHEET

ITÄMAISET TUOKSUT



- Itämaiset tuoksut ovat syntyneet aikoinaan Intian ja Arabian suunnilla.
- Tuoksut ovat täyteläisiä, lämpimiä ja aistillisia.
- Itämaiset tuoksut sisältävät usein erilaisia mausteita, suitsukkeita, pihkaa sekä myskiä.
- Perinteisistä itämaisista tuoksuista löytyy usein kumariinia, vaniljaa, kumihartsia sekä santelipuuta.
- Useimmat itämaiset tuoksut sopivat "kypsempään" makuun täyteläisten raaka-aineiden vuoksi.
- Itämaiset tuoksut sopivat myös iltakäyttöön erinomaisesti.
- Käytettyjen raaka-aineiden vuoksi, itämaiset tuoksut ovat usein hyvin pitkäkestoisia.
- Itämaiset tuoksut voidaan jakaa viiteen alaperheeseen, joita ovat kukkaiset-, mausteiset-, meripihkaiset-, puiset- ja raikkaat itämaiset tuoksut.

TUOKSUPERHEET

GURMANDI-TUOKSUT "GOURMAND"



- Gurmandi on yksi uusimmista tuoksuperheistä.
- Gurmandi-tuoksuja kutsutaan "herkkutuoksuiksi", sillä niiden tuoksunuoteissa esiintyy aina herkullisia raaka-aineita.
- Nämä tuoksut voivat sisältää esimerkiksi toffeeta, kahvia, suklaata, hattaraa, karamellia, mantelia, maitoa, konjakkia ja purukumia.
- Gurmandi-tuoksujen pohjatuoksuissa on myös lähes aina vaniljaa.
- Tämän tuoksuperheen tuoksuista löytyy usein myös pihkaa ja erilaisia mausteita.
- Gurmandi-tuoksut ovat hyvin lämpimiä ja siksi sopivatkin hyvin viileämmille vuodenaajoille.

TUOKSUPERHEET

CHYPRE-TUOKSUT



- Nimi Chypre tulee Kyproksen saaresta, joka on ranskaksi Chypre. Useat tuoksuperheen käytetyimmät tuoksu-raaka-aineet kukoistavat Kyproksen saarella.
- Jo rooman valtakunnan ajoilta on viitteitä Chypre-tuoksujen valmistuksesta. Ne nousivat suosioon vasta vuonna 1917, jolloin löydettiin uusi ja hienostunut tapa luoda parfyymeja.
- Chypre-tuoksut rakentuvat usein puisen ja sammalisen tuoksun ympärille. Tuoksuperheen tuoksuissa käytetään usein bergamottia, patsulia, tammisammalta sekä labdanum-pihkaa.
- Chypre-tuoksut ovat kuivia, lämpimiä ja hienostuneita.
- Tuoksuperheen tuoksut voidaan jakaa kuuteen alaperheeseen, jotka ovat puinen-, hedelmäinen-, kukkais-, nahkainen-, vihreä- ja raikas Chypre-tuoksu.
- Yleisesti Chypre-tuoksuissa käytetyt tuoksunuotit sulautuvat kauniisti hedelmäisiin elementteihin, kuten lumuun, aprikoosiin ja persikkaan.

TUOKSUPERHEET

METSÄISET TUOKSUT "WOODY"



- Metsäisten tuoksujen tuoksuperhe on erityisen maanläheinen ja sen nimestä voi päätellä, että tuoksut ovat puumaisia. Tuoksuisia käytettyjä suosittuja puulajeja ovat esimerkiksi setri-, santeli-, guaiac- ja agarpuu.
- Näiden puiden lisäksi metsäisissä tuoksuisissa käytetään usein vetiveriä ja patsulia niiden täyteläisen puisen tuoksun takia.
- Osa metsäisistä tuoksuista muistuttaa chypre-tuoksua, sillä niillä on keskenään yhteisiä ominaisuuksia. Metsäisistä tuoksuista puuttuu chypre-tuoksujen tapaan kukkaraaka-aineiden korostaminen.
- Mausteiset, yrttiset ja hedelmäiset tuoksut sopivat erinomaisesti yhteen puumaisten tuoksujen kanssa.
- Metsäiset tuoksut ovat usein maskuliinempia ja iso osa miesten tuoksuista kuuluukin tähän tuoksuperheeseen. Myös metsäisiä unisex-tuoksua löytyy paljon markkinoilta.
- Metsäisten tuoksujen tuoksuperhe voidaan jakaa viiteen alakategoriaan, jotka ovat; mausteinen puinen, aromaattinen puinen, kukkais-puinen, hedelmäinen puinen sekä raikas puinen.

TUOKSUPERHEET

SANIAISTUOKSUT "FOUGÈRE"


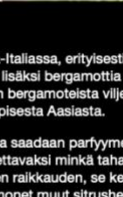




- Ranskankielinen sana "fougère" tarkoittaa saniaista.
- Saniaistuoksut on luotu alunperin naisille, mutta nykyään ne ovat enimmäkseen miesten tuoksua.
- Tähän tuoksuperheeseen kuuluvat tuoksut sisältävät usein vetiveriä, laventelia, tammisammalta, pelargonian, kumariinia sekä bergamottia.
- Saniaistuoksut ovat luonteeltaan vehreitä.
- Saniaistuoksut voidaan luokitella omaksi tuoksuperheekseen tai muiden tuoksuperheiden (esim. metsäisten tuoksujen) alaperheisiin.




YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA



YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

BERGAMOTTI	JASMIINI	RUUSU	VANILJA
			
<p>Bergamotti:</p> <p>Bergamotti on Etelä-Italiassa, erityisesti Calabrian alueella kasvavan bergamottipuun hedelmä. Calabrian lisäksi bergamottia kasvaa Pohjois-Afrikassa, mutta jopa 90 prosenttia maailman bergamoteista viljellään pienellä Calabrian alueella. Se on alun perin kotoisin trooppisesta Aasiasta.</p> <p>Bergamotin kuoresta saadaan parfyymeissa käytettyä öljyä. Bergamottiöljy on erinomainen sekoitettavaksi minkä tahansa tyyppiseen tuoksuun. Vaikka se säilyttää tyyppillisen sitruksisen raikkauden, se kestää pidempään sekä on pehmeämpi ja täyteläisempi kuin monet muut sitruhedelmiä sisältävät tuoksut. Bergamotti toimii erityisen hyvin latva- eli alkutuoksussa. Se sopii myös yhdistämään erilaisia tuoksuja toisiinsa.</p>			
			Avaa



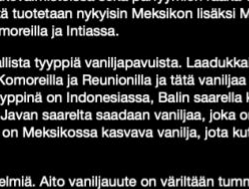

YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

BERGAMOTTI	JASMIINI	RUUSU	VANILJA
			
<p>Jasmiini:</p> <p>Jasmiini on kotoisin Pohjois-Intian ja Pakistanin raja-alueelta Kashmirista. Aamunkasteiset kukat poimitaan käsin yöllä tai auringon nousun aikaan. Tällöin kukat ovat auki ja tuoksu on voimakkaimmillaan. Jasmiinin merkittävimmät lajit ovat Jasminum sambac, Jasminum grandiflorum, Jasminum officinale sekä Jasminum auriculatum. Jasmiinia kasvatetaan pääsääntöisesti Egyptissä ja Intiassa. Euroopassa jasmiinia kasvaa pääsääntöisesti Etelä-Ranskassa, Grasseessa.</p> <p>Jasmiinin tuoksu on makea, huumavaa ja vahva. Se on yksi parfyymiteollisuuden tärkeimmistä raaka-aineista. Jasmiini on arvokasta, jonka vuoksi on koitettu kehittää vastaavaa keinotekoisia tuoksuja, tässä kuitenkin onnistumatta.</p>			
			Avaa

YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

BERGAMOTTI	JASMIINI	RUUSU	VANILJA
			
<p>Ruusu:</p> <p>Ruusu on kasvi, jonka monet tunnistavat tuoksustaan ja ulkonäöstään. Ruusuja löytyy eri väreissä ja lajeja on yli 10 000. Näistä yleisimpiä ovat kartanoruusu ja damaskonruusu. Kartanoruusu, tieteellisesti nimeltään Rosa centifolia, kasvaa pääosin Etelä-Ranskassa Grasseessa. Tämä ruusu tunnetaan myös nimellä toukoruusu (Rose de Mai), sillä se kukkii toukokuussa. Damaskonruusu, tieteellisesti nimeltään Rose damascena, on kotoisin Turkin ja Iranin alueelta. Ranskan ja Turkin lisäksi ruusuja kasvatetaan paljon Bulgariassa.</p> <p>Ruusu on vahvasti liitoksissa hajuvesiin, sillä noin puolet markkinoiden tuoksuista sisältää ruusua. Ruusun tuoksu mielletään usein suloiseksi ja naiselliseksi. Ruusu on kuitenkin ollut aina miesten suosiossa esimerkiksi Turkissa, Intiassa ja Iranissa. Ruusun eeterinen öljy on erittäin kallista, sillä sille ei löydy korvaavaa ainetta ja kukasta saadaan todella vähän öljyä. Ruusut kerätään aikaisin aamulla, sillä aamukaste antaa ruusuhihin isomman pitoisuuden eeteristä öljyä.</p>			
			Avaa

YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

BERGAMOTTI	MUSKIKUORI	SIVETONI	VANILJA
 <p>Avaa</p>			

Vanilja:

Vanilja, tieteellisesti nimitetään "Vanilla planifolia" on orkideoihin luokiteltu kasvi, jota hyödynnetään mausteena, lääkevalmisteissa sekä parfyymien raaka-aineena. Vanilja on kotoisin Meksikosta, mutta sitä tuotetaan nykyisin Meksikon lisäksi Madagaskarilla, Reunionilla, Indonesiassa, Komoreilla ja Intiassa.


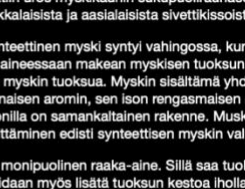
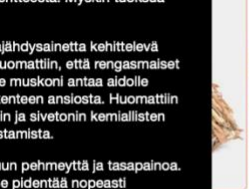

Markkinolla on neljää pääasiallista tyyppiä vaniljapavuista. Laadukkain vanilja kasvatetaan Madagaskarilla, Komoreilla ja Reunionilla ja tätä vaniljaa kutsutaan Bourbon vaniljaksi. Toisena tyyppinä on Indonesiassa, Balin saarella kasvava Bourbon-tyylinen vanilja. Indonesiasta, Javan saarelta saadaan vaniljaa, joka on nimetty Javan vaniljaksi. Neljäs vaniljatyypin on Meksikossa kasvava vanilja, jota kutsutaan Meksikon vaniljaksi.

Vaniljasta on tehty paljon jäljitelmiä. Aito vaniljauute on väriltään tummanruskeaa ja tuoksu voimakkaamalta verrattuna siihen, mistä nykyaikana monet tunnistavat vaniljan tuoksun. Aito vanilja sisältää kemiallista yhdistettä, vaniillinia, jota voidaan valmistaa synteettisesti ja tämä mahdollistaa monien parfyymien tuoksun.

YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

MYSKI	SANTELIPUU	VETIVER	PATSULI
 <p>Avaa</p>	 <p>Avaa</p>	 <p>Avaa</p>	 <p>Avaa</p>

YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

MYSKI	SANTALIPUUN KUORI	VETIVER	PATSULI
 <p>Avaa</p>			 <p>Avaa</p>

Myski:

Myski on yksi parfyymien tunnetuimmista tuoksuuotteista. Aidon myskin tuoksu on harvalla tuttu, sillä nykyään aitoa myskiä ei haluta enää käyttää eläinten suojelemiseksi. Aitoa myskiä saatiin uros myskikaurin sukupuolirauhasen eritteestä. Myskin tuoksua saatiin myös afrikkalaisista ja aasialaisista sivettikissoista.

Ensimmäinen synteettinen myski syntyi vahingossa, kun räjähdysainetta kehittävä kemisti huomasi aineessaan makean myskisen tuoksun. Huomattiin, että rengasmaiset molekyylit luovat myskin tuoksua. Myskin sisältämä yhdiste muskonin antaa aidolle myskille sen ominaisen aromin, sen ison rengasmaisen rakenteen ansiosta. Huomattiin myös, että sivetonilla on samankaltainen rakenne. Muskonin ja sivetonin kemiallisten rakenteiden selvittäminen edisti synteettisen myskin valmistamista.

Myski on todella monipuolinen raaka-aine. Sillä saa tuoksuun pehmeyttä ja tasapainoa. Myskin avulla voidaan myös lisätä tuoksun kestoa iholle. Se pidentää nopeasti haihtuvien raaka-aineiden kestoa. Myskin tuoksu on eläimellinen ja maanläheinen. Sen tuoksua kuvaillaan myös houkuttelevaksi, lämpimäksi, puuterimaiseksi ja pehmeäksi. Myskiä käytetään parfyymeissa usein juurituoksuna.

YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

MYSKI



Avaa

SANTELI



Avaa

Santelipuu:

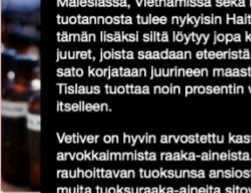
Santelipuu on yksi maailman vanhimmista tuoksuksasveista ja sille on kertynyt paljon eri käyttötarkoituksia. Santelipuuta käytetään paljon esimerkiksi suitsukkeena ja parfyymeissä. Santelipuun lajeja on kymmenkunta ja ne kuuluvat santelikasvien sukuun. Santelipuun lajeja esiintyy Kaakkois-Aasiassa ja Tyynenmeren alueella. Indonesian Timorin saarelta sekä Intian Karnatakasta saadaan arvostetuinta santelipuuta.

Santelipuu voi kasvaa jopa kymmenen metriä korkeaksi. Santelipuu ei ota ravinteita suoraan maasta vaan imee niitä muista kasveista juuriensa avulla. Santelipuun aromaattinen osa löytyy sen sydänpuusta, joten sen kaarna ja pintapuut eivät tuoksu. Santelipuusta saa eteeristä öljyä vasta kun se on yli 25 vuoden ikäinen. Eteerinen öljy on makean tuoksulista, kellertävää ja tahmeaa. Sen harvinaisuudesta johtuen, tuotteissa saatetaan käyttää edullisia synteettisiä vaihtoehtoja.

Santelipuun tuoksu on erittäin voimakas, jonka vuoksi sen käytön kanssa on oltava varovainen. Sitä käytetään tuoksuissa yleensä juurituoksussa, josta se tunkeutuu hiljalleen läpi. Sen dominoiva tuoksu pysyy iholla pitkään. Santelipuu sitoo erinomaisesti myös muita tuoksujia yhteen. Santelipuu sisältää santalolia, joka antaa santelipuulle sen aromin. Sen pitoloisuus vaihtelee lajikkeen mukaan. Kaikista tuoksuvoimain valkoisen santelipuun eteerinen öljy sisältää jopa 70–90 prosentin santaloli pitoloisuuden.

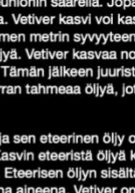
YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

MYSKI




Avaa

SANTELI




Avaa

VETIVER



Avaa

PATSULI



Avaa

Vetiver:

Vetiver on Etelä-Intiasta kotoisin oleva ruohokasvi. Intialaiset kauppiat ovat levittäneet vetiveriä ympäri maailmaa ja nykyään vetiveriä kasvaa pääosin Haitilla, Jaavan saarella, Malesiassa, Vietnamin ja Reunionin saarella. Jopa puolet maailman vetiver tuotannosta tulee nykyisin Haitilta. Vetiver kasvi voi kasvaa noin puolitoistametriseksi ja tämään lisäksi siitä löytyy jopa kolmen metrin syvyyteen kaivautuneet aromaattiset juuret, joista saadaan eteeristä öljyä. Vetiver kasvaa noin kaksi vuotta, jonka jälkeen sato korjataan juurineen maasta. Tämän jälkeen juuristo kuivataan ja höyrytislataan. Tislaus tuottaa noin prosentin verran tahmeaa öljyä, jota aromiteollisuus haalii itselleen.

Vetiver on hyvin arvostettu kasvi ja sen eteerinen öljy on yksi parfyymien arvokkaimmista raaka-aineista. Kasvin eteeristä öljyä kutsutaan rauhallisuuden öljyksi rauhoittavan tuoksunsa ansiosta. Eteerisen öljyn sisältävä vetiveroli toimii parfyymeissä muista tuoksuksasveista sitovana aineena. Vetiver on tuoksuna viileä, maanläheinen, savuinen ja metsäinen, jonka vuoksi se on suosittu erityisesti miehille suunnatuissa tuoksuissa.

YLEISIÄ TUOKSURAAKA-AINEITA

MYSKI



Avaa

SANTELI



Avaa

VETIVER



Avaa

PATSULI



Avaa

Patsuli:

Patsuli on kasvi, joka on kotoisin trooppisesta Aasiasta, tarkemmin Filippiinien saarilta. Patsulin eteerinen öljy saadaan sen puolitoista metriä pitkistä lehdistä. Eteeristä öljyä saadaan, kun lehdet jätetään auringonvaloon kuivumaan noin kolmeksi päiväksi, jonka jälkeen lehtiä höyrytislataan monia tunteja. Mitä kauemmin lehtiä tislaa, sitä parempaa eteeristä öljyä saadaan.

Parfyymeissä patsulia löytyy usein tuoksun juurituoksusta eli pohjatuoksusta. Patsulin öljy on yksi vahvimista parfyymeissä käytettävistä eteerisistä öljyistä. Patsulin eteerinen öljy sisältää patsuliaalkoholia, jonka vuoksi sen tuoksu saa makeutta ja muuttuu paremmaksi vanhentuuksaan. Sen tuoksu on metsäinen, maanläheinen ja hieman makea.

TUOKSUTALOT

DIOR

- Ikoninen ranskalainen muoti- ja tuoksutalo, joka on perustettu vuonna 1946
- Christian Dior Parfums perustettiin samana vuonna ensimmäisen muotikokeelman kanssa 1947, ja ensimmäinen hajuvesi Miss Dior julkaistiin
- Christian Dior oli intohimoinen kukista, johon Diorin tuoksut perustuvat
- Hänen tuoksutyylinsä oli alkukautenaan hyvin moderni ja ainutlaatuinen, kuten hänen vaatelumuksensa
- Diorin tuoksut edustavat edelleen muotisuunnittelijan intohimoja ja kukat ovat keskeisessä roolissa kaikissa tuoksussa



TUOKSUTALOT

CHANEL

- Ensimmäinen Chanelin muotitalo avattiin vuonna 1915
- Chanelin ensimmäinen tuoksu N°5 julkaistiin vuonna 1921
 - Tuoksu oli vallankumouksellinen sen uniikin komposition, nimen ja presentaation vuoksi
 - Pidettiin tuoksuna, joka tuoksuu naiselta
- Helmet ja timantit yhdistettynä ikonisiin tuoksuihin ovat Chanelin brändin perusta
- Edistyneen naisen olemus teki Chanelista sen, mitä se on tänäkin päivänä



TUOKSUTALOT

GUERLAIN

- Guerlainin tuoksutalo on perustettu vuonna 1828
- Ensimmäinen putiikki avattiin Rue de Rivoliille Pariisiin
- Se muuttui nopeasti Pariisin hienoston ja rikkaiden Englantilaisten matkustajien kohtaamispaikaksi, josta ostettiin voiteita, meikkejä ja tuoksuja
- Guerlainin tuoksutalon käytetyimmät raaka-aineet ovat ruusu, iiris, vanilja, tonkapapu, bergamotti ja jasmiiini
- Hajuvesipullot ovat saaneet inspiraationsa kohtaamisista, matkoista ja kirjallisuudesta

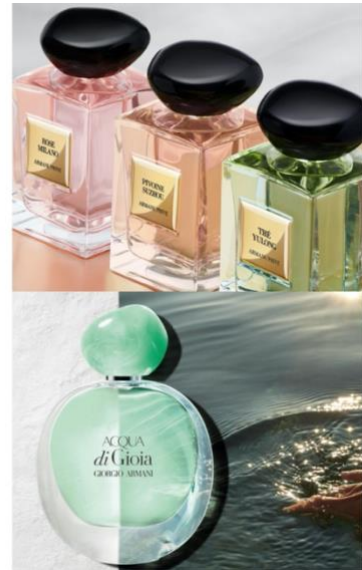


TUOKSUTALOT



GIORGIO ARMANI

- Giorgio Armani on italialainen muotisuunnittelija, joka on tunnettu erityisesti miestenmuodista
- Armanin tuoksut ja kosmetiikkatuotteet tulivat markkinoille, kun Giorgio Armani solmi sopimuksen L'Oréalin kanssa
- Armanin tuoksut saavat inspiraationsa samoista ominaisuuksista Armanin vaatemallistojen kanssa: elintärkeitä, mutta moniulotteisia
- Armanin Privé tuoksukokoelmassa jokainen tuoksu on oma taideteoksensa, joiden ideana on vangita brändin eri haute couture -mallistojen henki



TUOKSUTALOT

TOM FORD

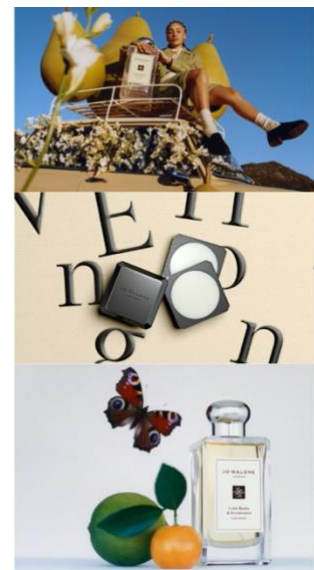
- Thomas Carlyle Ford, joka tunnetaan nimellä Tom Ford, on amerikkalainen muotisuunnittelija sekä elokuvaohjaaja
- Hän perusti oman nimikkobrändinsä vuonna 2005
- Tom Ford solmi kumppanuuden Estee Lauderin kanssa brändin perustamisen yhteydessä, jolloin alettiin kehittää hajuvesiä ja kosmetiikkaa
- Ensimmäinen tuoksu Black Orchid lanseerattiin vuonna 2006, ja se oli erittäin menestyksellä
- Siitä lähtien Tom Ford on luonut voittoisia maskuliinisia ja feminiinisiä unisex-tuoksujia



TUOKSUTALOT



- Jo Malone on brittiläinen tuoksuunittelija, joka aloitti uransa kukkakauppiaina
- Hänen rakkautensa tuoksuun alkoi jo lapsuudessa, kun hän yritti luoda erilaisia tuoksujia perheensä puutarhan kukista ja raastetusta saippuasta
- Kaikki Jo Malone tuoksut ovat lähtökohtaisesti unisex-tuoksujia, joissa esiintyy muutaman tuoksunuotin yksinkertainen yhdistelmä
- Tuoksut on suunniteltu käytettäväksi yksinään, tai yhdisteltynä muiden brändin tuoksujen kanssa



TUOKSUTALOT



- Diptyque on luonut ainutlaatuisen paikkansa tuoksumailmassa luontoa kunnioittavilla tuokskynttilöillä, huonetuoksuilla, hajuvesillä ja vartalotuotteilla
- Vuonna 1968 he julkaisivat ensimmäisen hajuvetensä L'Eaun, josta käynnistyi brändin 40 vuotta kestänyt tuoksuhistoria
- He käyttävät arvokkaita ja harvinaisia raaka-aineita tuoksuissaan, ja ensiluokkaisia vahoja kynttilöissään
- Diptyquen tuotteiden etikettien soikea muoto juontaa juurensa brändin taiteilijaperustajien suunnittelemiin kankaisiin



TUOKSUTALOT



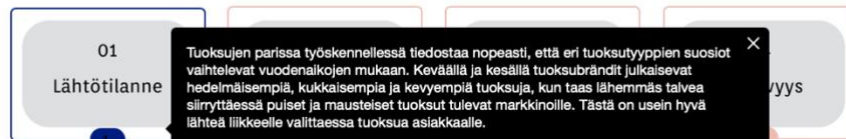
- Byredo on ruotsalainen luksusbrändi, jonka luoja on ruotsalainen Ben Gorham
- Brändi on perustettu Tukholmassa vuonna 2006 ja aloittanut valmistamalla tuoksujia, kynttilöitä ja vartalotuotteita
- Brändillä on uusi näkökulma luksuskosmetiikkamaailmassa, jossa tuotteiden, etenkin tuoksujen, luomista ohjaavat pääasiassa tunteet ja muistot
- Byredon tuoksut ovat unisex-tuoksujia ja niitä myydään yli 40 maassa korkealuokkaisessa ja yksinoikeudellisessa verkostossa
- Byredo suunnittelee tuotteensa käyttäen parhaita saatavilla olevia materiaaleja



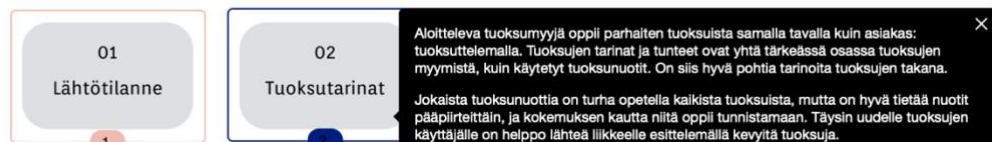
TUOKSUJEN MYYMINEN



TUOKSUJEN MYYMINEN



TUOKSUJEN MYYMINEN



01
Lähtötilanne

1.

02
Tuoksutarinat

2.

03
Kerrostaminen

3.

04
Kestävyys

4.

01
Lähtötilanne

1.

Tuoksujen parissa työskennellessä tiedostaa nopeasti, että eri tuoksutyypin suosiot vaihtelevat vuodenaikojen mukaan. Keväällä ja kesällä tuoksubrändit julkaisevat hedelmällisempiä, kukkaisempia ja kevyempiä tuoksuja, kun taas lähemmäs talvea siirryttäessä puiset ja mausteiset tuoksut tulevat markkinoille. Tästä on usein hyvä lähteä liikkeelle valittaessa tuoksua asiakkaalle.

Toinen tärkeä seikka tuoksua valittaessa on se, milloin tuoksua käytetään. Ilt- ja juhlatuoksut ovat usein tummempia, kun taas päivätuoksut raikkaampia. Asiakas löytää oman makunsa parhaiten tuoksuttamalla ammattilaisen kanssa tuoksua, ja kokeilemalla niitä iholle.

01
Lähtötilanne

1.

02
Tuoksutarinat

2.

Aloitteleva tuoksumyymälä oppii parhaiten tuoksusta samalla tavalla kuin asiakas: tuoksuilemalla. Tuoksujen tarinat ja tunteet ovat yhtä tärkeässä osassa tuoksujen myymistä, kuin käytetyt tuoksunuotit. On siis hyvä pohtia tarinoita tuoksujen takana.

Jokaista tuoksunuotilla on turha opetella kaikista tuoksusta, mutta on hyvä tietää nuotit pääpiirteittäin, ja kokemuksen kautta niitä oppii tunnistamaan. Täysin uudelle tuoksujen käyttäjälle on helppo lähteä liikkeelle esittelemällä kevyitä tuoksua.

Tuoksut tuovat käyttäjilleen mieleen muistoja ja tunteita, joten mielenkiintoisempi tapa myydä ensituoksua olisi kysyä asiakkaalta, minkälaisen tunteen hän toivoo tuoksun herättävän.

TUOKSUJEN MYYMINEN

Kokeneemmalle tuoksujen käyttäjälle voi olla jännittävää alkaa suosittelemaan tuoksua. Tällaisen asiakkaan pystyy kuitenkin hurmaamaan helposti. Hyvä tapa on lähteä liikkeelle kyselemällä asiakkaan omasta tuoksukokoelmasta, ja suositella tuoksua, jota voi käyttää yksinään tai kerrostaa muiden tuoksujen kanssa.

Tuoksujen kerrostaminen voi olla joillekin tuoksukeräilijöille vielä tuntematonta, joten jo tällä vinkillä asiakas oppii jotain uutta tuoksusta. Asiakkaan kanssa kannattaa kokeilla pisteellä erilaisia tuoksua kerrostettuna, ja kertoa millaisia tuoksua on helppo yhdistää.

03
Kerrostaminen

04
Kestävyys

1.

2.

3.

4.



TUOKSUJEN MYYMINEN

Tuoksun kestävyys on asiakkaalle usein tärkeä ominaisuus, ja asiakkaalle kannattaa opettaa tuoksua myydessä, miten tuoksun kestävyttä voidaan parantaa.

Suihkugeeli on ensimmäinen kriittinen osuus tuoksun pysyvyydessä, ja mikäli tuoksulle on tehty samaa sarjaa oleva suihkugeeli, kannattaa se myydä asiakkaalle tuoksun myynnin yhteydessä.

Lisäämällä iholle vartalovoideita saadaan iholle kosteutta ja lisätuoksua, jotka molemmat auttavat tuoksun kestävydessä. Myös body sprayta voidaan käyttää viimeistelemään kokonaisuus.

Suihkugeeli, vartalovoide, body spray ja hajuvesi voivat kaikki olla samaa sarjaa, jolloin saadaan todella kestävä tuoksu aikaiseksi. Käyttämällä eri tuoksuisia tuotteita saadaan aikaiseksi kerrostamalla uusi, uniikki tuoksu, joka pysyy iholla.

Lä

04
Kestävyys

4.



Testaa tietosi tuoksujen myymisestä!

Ole hyvä ja vastaa seuraaviin väittämiin KYLLÄ tai EI.

Eri tuoksumyötyyppien suosiot vaihtelevat vuodenaikojen mukaan.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Tärkeä seikka tuoksua valittaessa on se, milloin tuoksua käytetään.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Keväällä ja kesällä tuoksubrändit julkaisevat enemmän mausteisia tuoksua.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Aloitteleva tuoksumyöty oppii parhaiten tuoksusta samalla tavalla kuin asiakas: tuoksumyöty.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Tuoksujen tarinat ja tunteet ovat tärkeässä osassa tuoksujen myymisessä.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Täysin uudelle tuoksujen käyttäjälle on helppo lähteä liikkeelle esittelemällä vahvoja tuoksua.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Jos asiakas on jo kokeneempi tuoksujen käyttäjä, on hyvä lähteä liikkeelle kyselimällä hänen omasta tuoksumyötykokemustaan, ja suositella tuoksua, jota voi käyttää yksinään tai kerrosta muiden tuoksujen kanssa.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Tuoksun kestävyys on asiakkaalle usein tärkeä ominaisuus, ja asiakkaalle kannattaa opettaa tuoksua myydessä, miten tuoksun kestävyttä voidaan parantaa.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Asiakkaan käyttämällä suihkugeellillä, vartalovoiteella tai body sprayllä ei ole merkitystä tuoksun kestävyteen.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei
Jokaista tuoksunuottia on turha opetella kaikista tuoksusta, mutta on hyvä tietää nuotti pääpiirteittäin, ja kokemuksen kautta niitä oppii tunnistamaan.	<input type="radio"/> Kyllä <input type="radio"/> Ei

Kiitos!

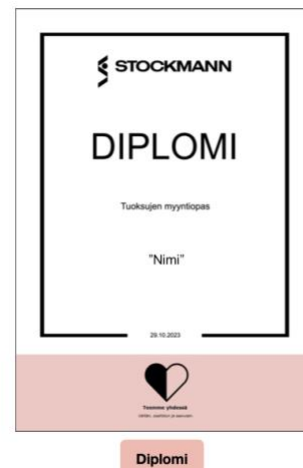
Kiitos, että perehdyit Tuoksujen myyntioppaaseen. Toivottavasti sait materiaalin myötä uutta oppia ja tietoa tuoksujen maailmasta, ja pystyt myös hyödyntämään oppimaasi palvellessasi asiakkaitamme.

Voit halutessasi ladata itsellesi diplomin tämän verkkokurssin suorittamisesta.

Olisi myös hienoa saada sinulta palautetta Tuoksujen myyntioppaan sisällöstä ja sen toimivuudesta oppimateriaalina. Päätet antamaan avointa palautetta seuraavalla sivulla.

Tuoksujen myyntioppaan tekijät: Roosa Harsia ja Saga Melander

Työ toteutettiin osana Estenomi-opintoihin liittyvää opinnäytetyötä.



Palautteesi Tuoksujen myyntioppas - verkkomateriaalista

Voit antaa avointa palautetta Tuoksujen myyntioppaan sisällöstä ja sen toimivuudesta oppimateriaalina.

Missä onnistuimme? Mitä kehittäisit?

Missä onnistuimme?

Mitä muuttaisit tai kehittäisit?