GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿Qué es el marketing olfativo?

Actualidad Empresarial | 07/05/2024 | 00:00

Existe una conexión entre el olfato y el cerebro que permite a este último activar ciertas zonas cuando la persona huele una fragancia o aroma. Esta activación hace que el cerebro almacene ese momento y lo reviva en la consciencia en una próxima experiencia con el mismo aroma. Los especialistas en marketing utilizan este mecanismo natural e inevitable de los seres humanos para crear nuevas experiencias, traer recuerdos y conectar emocionalmente con sus clientes potenciales. E-sensorial forma parte de las empresas especializadas en este campo, específicamente en el uso del marketing olfativo sensorial para fidelizar, vender y atraer más consumidores.

El marketing olfativo y su poder para atraer y fidelizar clientes

Es común no poder evitar entrar a un restaurante, panadería o comercio que desprende un aroma exquisito y agradable. La razón es muy simple, los seres humanos interpretan el buen olor con una comida de excelente sabor y un producto de calidad. Además, un buen aroma o fragancia es capaz de despertar más recuerdos y sensaciones positivas o negativas en una persona que otros sentidos como el sonido. Por ello, nació el marketing olfativo como un conjunto de estrategias centradas en el uso de los aromas para conectar a nivel emocional con los clientes. Este tipo de conexión representa uno de los puntos más importantes para las compañías, ya que promueve una confianza mayor y el deseo de repetir una visita, compra o suscripción. Además, la generación de experiencias agradables en los espacios como parte del marketing olfativo sensorial potencian la imagen de marca y la reputación del lugar de forma considerable.

Los mayores beneficios del marketing olfativo

Uno de los beneficios más importantes del marketing olfativo es que genera una primera impresión impactante y no-invasiva. Este último punto (no-invasivo) es posible debido a que las experiencias son creadas en el subconsciente de los clientes apenas entran en el local o utilizan un producto. De esta manera, las empresas rompen el concepto tradicional de presionar a los compradores y cargarlos de elementos publicitarios para vender más. Los aromas y fragancias especiales también permiten a las marcas posicionarse como únicas y generar experiencias exclusivas. Este posicionamiento mejora la reputación e imagen de las mismas, lo cual se traduce en más visitantes y fidelizaciones. En la actualidad, la compañía E-sensorial es reconocida por contar con un equipo de expertos en el desarrollo de aromatizaciones profesionales personalizadas. Esta personalización la aplican a cualquier tipo de negocio, incluyendo hoteles, tiendas, boutiques, cadenas de restaurantes, joyerías, centros comerciales, especialistas en artículos deportivos o almacenes, entre otros.

E-sensorial realiza un estudio de las empresas de sus clientes para identificar necesidades y calcular presupuestos. Una vez finaliza este estudio propone una serie de estrategias de marketing olfativo sensorial para promover un aumento considerable en la influencia, ventas, tráfico y retención de consumidores.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/237332-que-es-el-marketing-olfativo.htm