

Ambiper explica cómo utilizar los olores para vender más

La mayoría de marcas de éxito utilizan numerosas estrategias de marketing, entre las cuales se encuentra la novedosa estrategia del marketing olfativo. Una gran cantidad de estudios demuestran cómo el olor influye en el comportamiento de los consumidores de forma positiva. Gran parte de las empresas aún desconocen las grandes ventajas del marketing olfativo

Los olores sirven para vender más. Así es como explica Ambiper, una empresa de marketing olfativo que ha conseguido impulsar grandes marcas, cómo los olores asociados a la identidad corporativa de las marcas pueden ayudarles a aumentar sus ventas. "El olor es fundamental para vender más. Una fragancia bien estudiada y elaborada puede aumentar el reconocimiento de marca, aumentar la percepción de parte de los clientes potenciales, aumentar el tiempo que los clientes permanecen dentro de un local, restaurante o tienda física y vender más. El olor debe formar parte de la estrategia de marca de las empresas, pero esta selección debe realizarse correctamente", explica Ambiper.

Como expertos en marketing olfativo, Ambiper recomienda que el olor que se escoja para la estrategia del marketing olfativo de la marca sea único, para evitar que el cliente potencial identifique el olor con otra marca y para que el aroma sea único. Por lo tanto, no se trata simplemente de escoger un perfume entre tantas opciones que se encuentren en una tienda, sino de elaborar un perfume personalizado, a medida de la marca.

Cuando Ambiper elabora un aroma no lo hace al azar, sino que hay toda una segmentación y análisis de la marca y el cliente alrededor de esta estrategia. El primer marcador que utiliza Ambiper son las emociones, la memoria y los sentimientos para hacer que los clientes cambien su estado de ánimo, conseguir una conexión emocional. Esto es fundamental, puesto que cada vez, más estudios han comprobado que el olor se asocia al recuerdo, a diversos estados de ánimo, a los sentimientos de las personas. Cuando esto ocurre es cuando el marketing olfativo está realmente funcionando.

Otro consejo que da Ambiper es, una vez se tenga la elaboración y la selección del aroma listas, planificar bien la dispersión de los perfumes. En algunos casos el aroma del local o tienda física deberá dispersarse en algunas secciones concretas del local, en otras ocasiones será conveniente dispersarlo a lo largo de todo el local y en otras ocasiones simplemente en la entrada, para invitar a los clientes a entrar e incluso a permanecer más tiempo dentro del local.

Ambiper no solo aconseja el marketing olfativo para negocios físicos, sino también para el negocio online, es decir, para los productos que se compran online y se envían a domicilio. El 35% de olores que percibe el ser humano los recuerda, mientras que tan solo recuerda un 5% de lo que ve y un 2% de lo que oye, por lo tanto, el olfato es el sentido más poderoso del que dispone el ser humano.

Datos de contacto:

Ambiper
96 244 90 07

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>