

Ambiseint desvela cómo influye el aroma en el proceso de compra

La empresa cuenta con una dilatada experiencia en el campo del marketing olfativo en nuestro país

Ambiseint, la enseña especializada en Marketing Olfativo, Ambientación Profesional e Higiene Ambiental, desvela cómo influye un aroma en el proceso de compra.

Antes de nada, es importante identificar las cinco fases que marcan un proceso de compra y que van a determinar la toma de decisión del consumidor. Sin tener en cuenta las compras por impulso, lo habitual es que el punto de partida a la hora adquirir un producto venga precedido por una necesidad que, a su vez, lleve a recabar información sobre las distintas alternativas que ofrece el mercado y hacer una comparativa para detectar cuál es la mejor elección. Un proceso que comprende los siguientes pasos:

- 1º. Reconocer que se tiene una necesidad.
- 2º. Buscar información del producto y puntos de venta
- 3º. Análisis de alternativas
- 4º. La compra
- 5º. Evaluación post venta

Pues bien, es en la fase cuatro en la que el papel de un buen aroma resulta fundamental, ya que es el momento de la decisión de compra en el que la superficie de venta es concluyente, porque el cliente interactúa en primera persona con el espacio. Aquí es donde resuelve la acción de comprar o no.

Es aquí cuando Ambiseint insiste en que el vendedor no se puede permitir fallar. Si además de la parte tangible y visual del producto, se añade un ambiente olfativo perfecto, el éxito de venta se multiplica. Y es que está demostrado que el olfato es el sentido que más influye en el subconsciente para llevar a cabo la acción de comprar.

Por definición, el odotipo es el aroma identificativo y corporativo que un producto o una marca desarrolla para ser identificada y recordada. Un símbolo que los clientes asocian de manera inconsciente y menos “invasiva” en pro de una emoción positiva hacia la marca, un hecho constatado por diversos estudios, que permite vender hasta un 70% más, incrementando el deseo de compra en un 18% y aumentando un 15% el tiempo de permanencia en el local.

Elaborar un odotipo requiere un trabajo muy laborioso en el que entran en juego múltiples variables, tomando como base los valores y las características de la marca. Del mismo modo, es necesario ajustar el aroma a cada tipo de negocio y a cada espacio.

Para ello es primordial contar con el asesoramiento profesional de perfumistas y expertos en marketing olfativo, capaces de diseñar el mejor aroma para cada empresa. Por el contrario, si el aroma no se escoge adecuadamente puede originar el efecto contrario. Razones por las cual desde Ambiseint siempre recomiendan contar con asesoramiento y respaldo de una empresa especializada en este campo.

Más información de Ambiseint

Ambiseint es una empresa especializada en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional fundada en 2004 en Ibiza, inició su proceso de expansión mediante la modalidad de franquicia en 2011 y actualmente cuenta con 99 delegaciones comerciales.

Ambiseint fabrica sus productos en Ibiza dónde tiene su central operativa, en Zaragoza donde también tiene sede y en otros puntos de España desde donde reparte su producción. Ambiseint invierte permanentemente en I+D+I, un ejemplo de ello es la reciente patente adquirida en EEUU y Europa de su nueva creación, un difusor que permite perfumar eficazmente espacios de hasta 1.200 m2, estando también homologado para su conexión a sistemas de climatización.

Datos de contacto:

Sara Rodríguez
ALLEGRA COMUNICACION
910 222 678

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

Categorías: [Franquicias Marketing Emprendedores Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>