

El marketing olfativo llega a las joyerías Roselin de la mano de E-sensorial

El marketing olfativo utiliza los aromas y el sentido del olfato mediante ambientadores profesionales para atraer y fidelizar a los clientes

El sector de la joyería también está adoptando y añadiendo aroma a sus puntos de venta. Roselin Joyeros son un ejemplo de las empresas que incorporan un aroma de marca distintivo en todos sus locales de la mano de E-sensorial.

Llevan más de medio siglo marcando la diferencia. Desde 1949 diseñan joyas únicas y relojería con un buen precio y una exclusividad para todos los públicos. Han demostrado capacidad para ajustarse a los nuevos tiempos y convertir una joyería tradicional en un producto distintivo y sofisticado, adaptado a las nuevas tendencias del consumidor.

Si bien se piensa que la joya es un simple artículo de adorno, cada adorno que usan tiene fuertes factores emocionales que van desde el profundo valor sentimental hasta las emociones que dicha joya representa en las normas culturales y sociales.

Cada compra de joyas para uso personal o regalo, a menudo se inspira en influencias emocionales que incluyen amor, felicidad, orgullo o culpa. Es a través de esta compra donde el cliente espera transmitir la emoción deseada en una pieza de joyería personal y significativa. Debido a los factores emocionales que afectan a la compra de joyas, Roselin Joyeros elaboró cuidadosamente una experiencia sensorial que incluye el aroma, y que estimula la percepción de la marca, la calidad y la satisfacción del cliente.

Al igual que las piedras preciosas y semipreciosas tienen significados específicos, una fragancia a medida actúa para reproducir los objetivos de la marca, y activar una respuesta conmovedora y emocional del cliente. Una fragancia sensual puede evocar sentimientos de amor, comodidad y confianza, evocando las emociones asociadas a la compra por ejemplo de unas alianzas de boda. Debido a la profunda conexión entre la memoria, la emoción y el sentido del olfato, la difusión de una fragancia adecuada en el entorno minorista de las joyerías, puede llevar a un aumento de la fidelidad y retención de la marca. Roselin Joyeros ya tiene una ventaja competitiva y mayor posibilidad de ser recordado por sus clientes, que recordarán su olor con una precisión del 65% después de 1 año.

El olfato es uno de los sentidos más singulares a través del cual, el olor se dirige directamente al sistema límbico del cerebro y, por lo tanto, evita todos los procesos de pensamiento lógicos y cognitivos, el olor se conecta instantáneamente con los centros emocionales y de memoria. Y la vertiente del marketing que lo aplica en el comercio, se denomina marketing olfativo.

E-sensorial, una de las empresas pioneras en España en aplicar el marketing olfativo, usa el olor

mediante ambientadores profesionales para tiendas para crear una experiencia inolvidable que genere una conexión emocional para que los consumidores sean más propensos a comprar y volver.

Datos de contacto:

Jesus Gonzalo Garcia

696461827

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

Categorías: [Nacional Franquicias Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>