

El olor a nuevo, un efecto poderoso, que consigue más ventas y que Ambiper es capaz de crear

El aroma a nuevo es algo que cualquiera reconocería con rapidez, un olor distinto, especial. Comprar y estrenar algo nuevo produce a las personas satisfacción, alegría, sentimiento a lujo y éxito. Es un aroma y una sensación que dura poco y es volátil, pero que, sin lugar a duda, incita a comprar con una fuerza arrasadora

Uno de los momentos más especiales en la vida de una persona es cuando se compra un coche nuevo, recién salido de fábrica. El feliz propietario tira de la manilla del coche, abre la puerta y enseguida le invade un olor especial, un aroma penetrante que genera felicidad y que, dentro de pocas semanas, desaparecerá. Un coche nuevo es un lujo que las personas se podrán permitir pocas veces en su vida y quizás este es uno de los motivos por los cuales el olor a nuevo es algo tan agradable. Pero este no es el único motivo.

El motivo por el cual un producto con olor a nuevo hace felices a las personas también se debe a que la persona va a poder estrenar ese objeto que solo le pertenece a ella. Es fundamental que las empresas entiendan la importancia de los olores como herramienta para vender, puesto que el sentido del olfato humano afecta al 75% de sus emociones y, por lo tanto, cumple un papel muy relevante. Percibir un objeto como una novedad, como algo distinto a los demás objetos, es algo realmente deseable para las personas y siempre va a conseguir una respuesta emocional positiva.

Este recurso para vender se llama marketing olfativo y Ambiper es una empresa con una amplia experiencia en esta herramienta y que ha conseguido que una gran cantidad de empresas consigan el éxito gracias a ella. "Nadie quiere oler a caucho, pintura y cera cuando compra su nuevo coche y nadie quiere percibir un olor extraño cuando compra su ropa. Un recurso con una fuerza inimaginable es el marketing olfativo, que actúa sobre las primeras impresiones de las personas, en impresiones que son cuestión de segundos. Lo primero que se percibe (el olor o el aspecto) es en lo primero que la mente se basa para tomar una decisión" explica Ambiper.

Por lo tanto, como bien dice Ambiper, la atracción del marketing olfativo es cuestión de unos pocos segundos y si el vendedor desea aumentar ese tiempo de permanencia de su cliente, el marketing olfativo es la herramienta adecuada. Es tan sencillo como ambientar una tienda física, perfumar un pedido antes de enviarlo o incluso perfumar el producto. Al utilizar un producto recién estrenado con su olor de "fábrica" el cliente va a sentir esa huella de forma agradable y esto asegura ventas y fidelización del cliente.

Datos de contacto:

Ambiper
96 244 90 07

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

Categorías: [Franquicias Marketing Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>