

La memoria olfativa, el arma de Ambiper para ganar reconocimiento

Un lugar, un momento especial, un recuerdo imborrable... Esto es lo que un olor puede evocar en las personas y se llama memoria olfativa. Esto, que en un principio puede sonar meramente emotivo y sentimental, puede convertirse en un arma de gran poder para conseguir ventas o clientes. Una agencia de marketing olfativo explica de qué manera se puede convertir el olor en una estrategia de marketing de gran poder

La memoria olfativa es aquello que trae al recuerdo algún lugar o momento especial mediante un olor o fragancia concretos. El cerebro humano tiene una capacidad innata de guardar aquellos olores ligados a una actividad o un momento concreto, una actividad que se lleva a cabo simplemente de forma instintiva, sin ni siquiera pensar en ello. A todas las personas les ha pasado eso: un olor dulce a vainilla o canela que recuerda a la abuela cocinando un postre, el olor del pino que recuerda a la navidad, un olor tropical que trae a la memoria ese viaje tan especial... El olfato tiene la capacidad de traer a la memoria recuerdos remotos con una nitidez increíble.

El olfato es uno de los regalos más maravillosos que la naturaleza ha otorgado al ser humano, un sentido capaz de abrir una puerta al pasado casi al instante. Ambiper, una empresa de marketing olfativo, conoce muy bien la fuerza que este sentido tiene en los seres humanos, aprovecha esta capacidad del ser humano para impulsar negocios, para conseguir ventas y clientes. "La memoria olfativa tiene la fuerza de sensibilizar a las personas y conmoverlas con una facilidad incontrolable. Aunque es cierto que el olfato funciona de forma diferente en las personas, hay algunos olores capaces de despertar algo en las personas. Ya sea felicidad, paz, melancolía o hambre, el olor es capaz de movernos", explica Ambiper.

El olor es capaz de quedarse grabado en el sistema límbico del ser humano (tanto de forma positiva como negativa) y lo hace de manera instintiva. Después de grabar este olor, el cerebro lo saca a flote de varias maneras. Ambiper explica que la percepción es una de ellas y ocurre cuando la persona tiene un olor relacionado con algo y que cuando este llega se convierte en una idea determinada.

La sensación es otro concepto en el que el cerebro se apoya cuando percibe un olor y ocurre cuando un aroma se asocia a una sensación (agradable o no). Es parecido a cuando se asocia un olor a una situación concreta. Pero el olfato también transmite emociones si se activan partes del cerebro como la amígdala. Todas estas sensaciones y ocurrencias relacionadas con el olfato se quedan almacenadas. Es así como una marca puede quedarse en la memoria de sus clientes, mediante un olor.

Datos de contacto:

Ambiper
96 244 90 07

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

Categorías: [Recursos humanos](#) [Consumo Hogar](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>