

CONSEJO EXPERTO

Técnicas de Exhibición 3: Marketing y los sentidos

A través de la incorporación de los sentidos, podemos hacer una exhibición mucho más atractiva, lo que incide directamente en la percepción del cliente y en el aumento de las ventas.

¿Cómo podemos incentivar y atraer a los clientes basados en cada sentido?

La Vista: Es el sentido más desarrollado y agudo. A través del primer impacto visual se determina la aceptación del producto. Es por eso que el nivel de luminosidad puede atraer o distraer.



La Audición: En horas de poca afluencia, utilizamos música relajada con el fin de dilatar el tiempo de la compra e invitar a los clientes a pasear tranquilamente por todas las secciones. En momentos de gran afluencia, o fines de semana, empleamos un ritmo de música más acelerado para dinamizar las compras.



El Olfato: ¿Recordamos el olor del pan recién hecho? Esto se debe a que el olfato es el primer evocador del recuerdo; por ello debemos utilizar un aroma que identifique el producto.



Es por ello que debemos utilizar un aroma que identifique el producto, en donde se refuerce la confianza en la marca y el deseo de volver a vivir esas sensaciones en las instalaciones