

MARKETING OLFATIVO

ATRAINDO CLIENTES DE UMA FORMA INUSITADA



Você sabia que o perfume certo e o aroma ideal podem trazer recordações e sentimentos intensos e concretos? E que esse é o objetivo do Marketing Olfativo?

O Marketing Olfativo é um recurso de marketing sensorial, o qual procura conectar, afetivamente, clientes e marcas. A prática desse conceito acontece em pontos de venda, campanhas publicitárias e produtos de determinada marca ou empresa.

Trata-se de uma ferramenta que utiliza o olfato para vender, e essa venda se dá por meio de fragrâncias e cheiros, cuidadosamente estudados e pesquisados, para beneficiar o varejo. Com o Marketing Olfativo, é possível aumentar as vendas e a experiência de consumo, ajudar na construção da marca e, claro, atrair novos clientes.

O Marketing Olfativo atua no sistema límbico do cérebro, responsável pelas emoções e pelos comportamentos sociais. Por esse motivo, não se trata, apenas, de um simples “cheiro de loja”, mas de um importante processo de lembrança.



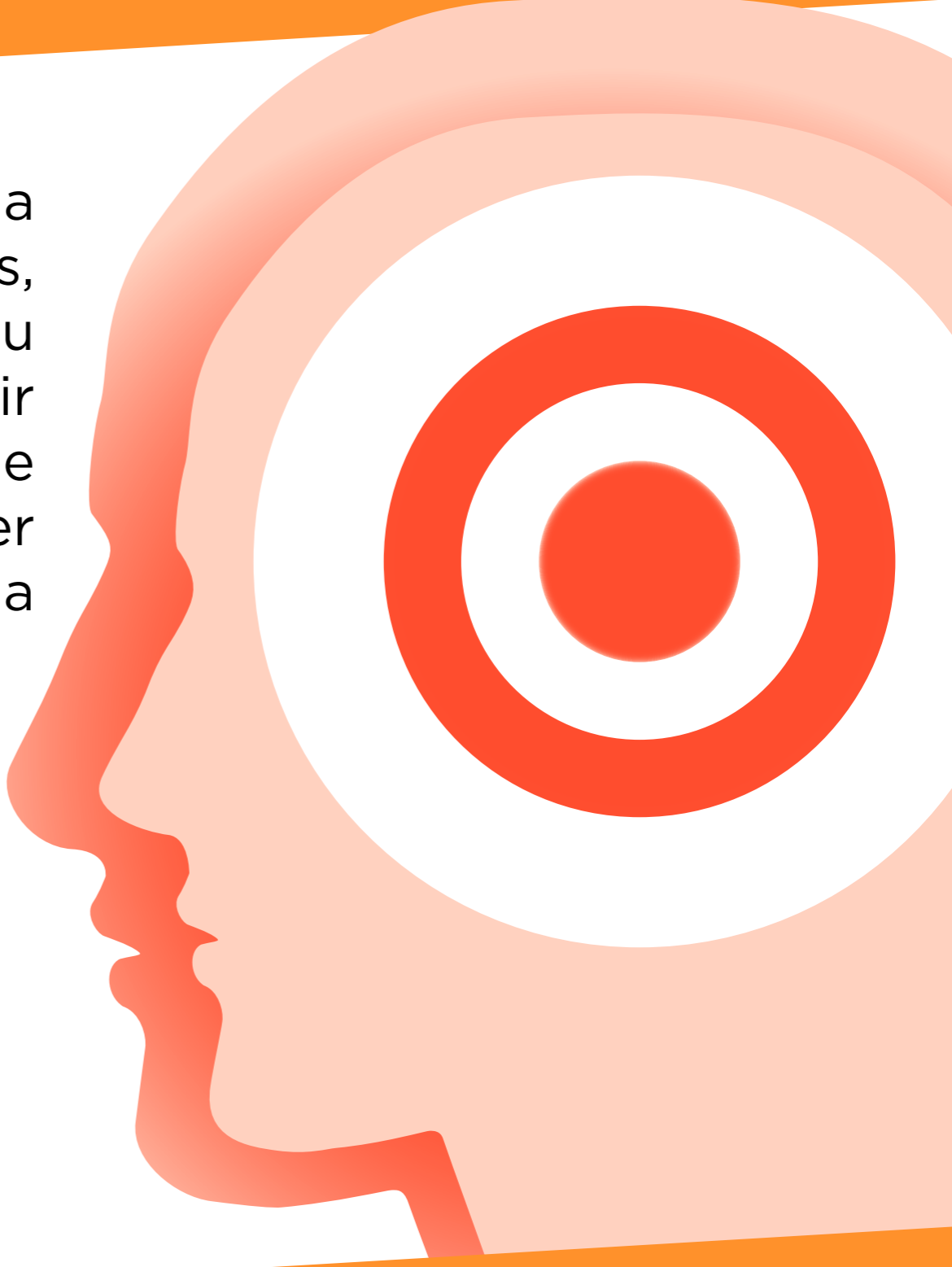
Todo o poder do Marketing Olfativo vem das memórias afetivas, que estão relacionadas às emoções e aos sentimentos. Por isso, esse marketing tem a capacidade de recriar um ambiente repleto de lembranças e boas recordações.

Qual é o objetivo e onde se pode adotar o Marketing Olfativo?

O objetivo é reforçar a identidade das marcas e dos produtos, aumentando sua visibilidade e fidelizando clientes. Busca-se, ainda, reforçar o posicionamento da marca no mercado e diferenciá-la da concorrência.

O Marketing Olfativo permite desde a elaboração de brindes personalizados, perfumação de ambientes e lojas até seu uso em eventos que possam produzir estresse, pois utiliza-se da aromaterapia e de suas propriedades olfativas para trazer a sensação de tranquilidade e harmonia por meio de fragrâncias.

O Marketing Olfativo pode ser uma estratégia adotada por qualquer empresa ou negócio, e deixou de ser tendência para se transformar em um grande diferencial. Isso é válido tanto para o merchandising quanto para escritórios ou ambientes de trabalho.



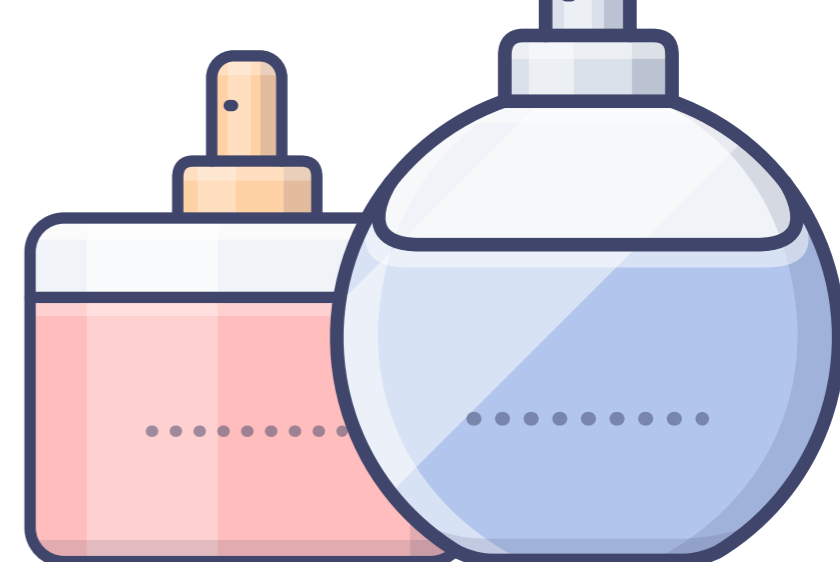
O Marketing Olfativo utiliza perfumes e fragrâncias para “ativar” a memória afetiva e as emoções dos clientes, afetando e influenciando, de forma positiva, o cérebro, além de trazer sensações de felicidade, alegria, relaxamento, concentração, dentre outras.

Ideias para o Marketing Olfativo

O Marketing Olfativo pode ser uma estratégia utilizada por empresas de qualquer ramo, inclusive, as virtuais! E, no universo das vendas, sempre se buscam formas de inovar e de se diferenciar da concorrência. Vamos conhecer algumas ideias, as quais podem ser utilizadas por você, na sua empresa.

Brindes:

É o tipo de ação que deve ser planejada e realizada de maneira bastante elaborada, visando ao retorno e à satisfação do cliente. Para causar um impacto inesquecível, a criatividade deve ser usada sem limites! Pense em difusores de ambiente com alguma fragrância específica, distribuídos para os clientes, expandindo a experiência para além do ambiente da empresa.



Logo olfativo:

Uma marca sempre é reconhecida por um símbolo ou por cores. E em lugares onde o logotipo não possa ser reproduzido, como fazer para se aproximar do cliente? Pense em uma marca de roupas de acampamento com cheiro de floresta! Isso é identidade olfativa, e resultará, com o tempo e a repetição da fragrância, na associação da marca com o cheiro de árvores, fortalecendo a personalidade do negócio.



Espaço personalizado:

Como o Marketing Olfativo pode ajudar a personalizar um local, um espaço? Podemos pensar, por exemplo, em uma agência de viagens, a qual, ao invés de utilizar o layout de sempre, pode montar showrooms para apresentar os destinos, criando, por exemplo, um ambiente com cheiro de campo, de praia, ou, até mesmo, cheiros e fragrâncias que representam cidades importantes, como Londres, Nova Iorque ou Veneza.



Concentração:

E lembre-se que cheiros podem facilitar até mesmo o aprendizado! E, se a sua empresa trabalha com treinamento de pessoal, considere utilizar durante essas capacitações, fragrâncias com cheiro de alecrim, sálvia e outras ervas que possam estimular a concentração e a atividade mental.



E-commerce:

Você deve estar se perguntando como as lojas virtuais podem utilizar o Marketing Olfativo, agregando valor às suas marcas. A resposta está na entrega do produto. Imagine uma loja de roupas femininas que agregue frescor e, ao mesmo tempo, empoderamento feminino. Com isso, a loja pode criar uma identidade olfativa que reflita essas características ou pode, por exemplo, desenvolver águas perfumadas com essa fragrância. E, antes de cada entrega do produto, é só borrifar, na roupa ou na embalagem, esse aroma. Conforme as clientes recebem os produtos e sentem a fragrância, ocorre um reforço na identidade da marca, o que deixa as clientes felizes.



Vale a pena investir em Marketing Olfativo?

O uso de fragrâncias é um grande diferencial para o marketing de sua empresa pois, atua no subconsciente de cada pessoa. É quase impossível ignorar cheiros e aromas, uma vez que eles podem criar um vínculo emocional com o seu cliente. Portanto, crie o aroma da sua empresa e se destaque junto aos seus clientes.

Ficou interessado nessa estratégia?

Entre em contato com a unidade do Sebrae mais próxima de você ou fale diretamente com a nossa Central de Relacionamento pelo telefone **0800 570 0800**.