

SPREADING UNEXPECTED SMILES

Enig idee waarom marcom specialisten hun huiswerk niet doen?

Marcom staat onder druk, maar adverteerders, communicatiedeskundigen en marketeers blijven boodschap na boodschap en impressie na impressie zenden in de hoop contact te krijgen met hun doelgroep. Natuurlijk, communicatie via print, radio, TV en online sorteert effect, maar door onder andere de 'clutter' en 'overvloed' aan communicatie-uitingen dalen de effecten en resultaten.

De meeste communicatiespecialisten hebben tot nu toe het effect van geur onderschat, terwijl het een eeuwenoud communicatiemiddel is. Geur is de 'onzichtbare beïnvloeder' die besut en onbewust onze emoties stuurt en een grote invloed heeft op ons gedrag. Een zeer waardevolle tool voor al uw Marcom

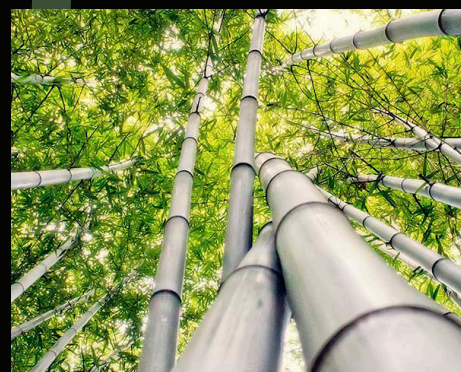
Wist u dat een juiste geur:

- Zorgt voor een omzetstijging van 6%, 7% hogere klanttevredenheid en een toename van de gemiddelde verblijfsduur tot 54%;
- en herinnering direct met elkaar verbonden zijn? Geuren kunnen wij ons herinneren met een accuratesse van 65% na 1 jaar, terwijl visuele herinneringen dalen tot 50% na drie maanden. Ons reukzintuig staat in directe verbinding met het emotionele brein, waar alle emoties en herinneringen zijn opgeslagen. Daarom kunnen we makkelijk een geur uit onze jeugd herkennen, zoals versgebakken brood, de geur van nieuwe boeken of de specifieke geur van ons ouderlijk huis;
- ons smaakzintuig beïnvloedt? Ons reukzintuig is voor 90% verantwoordelijk voor wat we proeven;
- ervoor zorgt dat mensen in een 'flow state' terechtkomen; ze vergeten de tijd en gaan helemaal op in de activiteit die ze op dat moment aan het ondernemen zijn. Hierdoor verblijven mensen langer in winkels, casino's, horecagelegenheden, etc.;
- beter in het geheugen wordt opgeslagen. Indien een geur wordt gecombineerd met een bedrijf/merk/uitstraling/boodschap/'experience' wordt deze later positief herinnerd. Ook de inhoud van uw communicatie wordt beter onthouden;
- ervoor zorgt dat mensen een ruimte als 'schoon' ervaren? Door citroengeur te verspreiden hebben mensen het idee dat een ruimte kortgeleden is schoongemaakt en schoon is (terwijl dat helemaal niet zo hoeft te zijn);
- de conversie met 50% verhoogt bij instore marketingacties.

Ben u geïnteresseerd in de kracht van geur en wilt u een vrijblijvend gesprek of advies?

Sense Company denkt graag met u mee hoe u geur strategisch kunt inzetten in uw Marcom activiteiten.

Bel of mail ons!



Bronnen: o.a. Dr. Anja Stohr, Dan Hill, C. Russell Brumfeld en Dr. Alan Hirsh.

Sense Company BV

T: +31 (0)13 460 0112

E: info@sense-company.com

W: www.sense-company.com

Jan Asselbergsweg 62, 5026 RR, Tilburg