

Instituto Privado Rafael

Arenal Martínez "IPRAM"

Melanie Sofía

Pérez Roldán

Efecto psicológico y Potencial
en los clientes

Mayte Escobar

Leto. Perito en Administración
de empresas

Presentación

A continuación se le presenta este trabajo donde damos a conocer el tema el efecto psicológico y potencial en los clientes el marketing sensorial comprende una serie de decisiones estratégicas dirigidas a la estimulación de los sentidos en el público.

Criterio

En este trabajo puede conocer y experimentar la importancia de potencial en los clientes que da el olor ambiental se describe en primer lugar el potencial de los cinco sentidos como vías a través de las cuales dejan un recuerdo en el consumidor.

Tarea #3

14-05-2021

Fragancia Chanel: es uno de los perfumes más conocidos del mundo, creado en 1921 por Ernest Beaux para la marca de alta costura Chanel. El envase una botella de cristal sobria, rectangular y atemporal, fue diseñada por la propia Coco.



Tipos de Aroma: Coco Chanel

Chance de Chanel

Chanel N°5

Allure de Chanel

Coco Noir

Cristalle de Chanel



Aromaterapia: Todas las emociones que tenemos durante el día, el 75 son registrados por el olfato. Y este es un dato que deberíamos tener en cuenta a la hora de trabajar en tu estrategia de venta.



Tarea #3

14-05-2021

Efectos Psicológicos:

Es la capacidad que tienen los diferentes aromas de modificar nuestro comportamiento.

Sin darnos cuenta, preferimos las fragancias que son más cercanas a nuestro aroma biológico personal.



Potencial sobre las

personas: la experiencia nos demuestra que cuando abrimos un frasco de Perfume o de cualquier otro líquido volátil podemos olerlo rápidamente en un recinto cerrado.

