

Hur får du in kunden i butiken? Varför stannar vi kvar?
När fastnar ditt varumärke i kundens medvetande
och ger goda känslor? Det handlar om doften.
– Dofter påverkar våra beteenden, säger Yaroslav
Shevchenko på Aroma Marketing Sverige™

Dofter som förför

– OCH FÅR OSS ATT HANDLA MER

DET KAN LÅTA SOM kvacksalveri, men det är ren vetenskap. Massor med kända undersökningar är gjorda om hur dofter påverkar oss. Och flera stora internationella företag använder dofter i sin marknadsföring – i smått och stort. Apple har en knappt märkbar doft som pyser ut när man öppnar paketet till sin nyköpta dator och ger oss behagliga känslor, som sedan associeras till Apple. Rolls Royce förstärker läderlukten i skinnklädseln. Nike sålde mer skor i ett doftsatt rum än i det utan doft. En studie i ett stort varuhus visade positivare upplevelser till sortimentet och personalen – tack vare doftsättningen. Dofter stannar i minnet, medvetet eller ej.

En som kan allt det är Yaroslav Shevchenko, som själv ändrade sitt köpbeteende utan att tänka på det.

– Jag handlade mer och mer på pressbyrån. Jag upplevde deras sortiment bättre än i kiosken en bit därifrån. Sedan kom jag på: jag kunde inte motstå doften av deras nybakade kanelbullar, minns han.

Yaroslav driver nu Arom Marketing Sverige, som erbjuder en effektiv marknadsföring, som dessutom doftar gott. I sitt sortiment har de 100-tals dofter, som sprids med hjälp av en diskreta doftmaskiner. Man kan begränsa en doftkombination till en viss avdelning av butiken, eller sprida den över 1 000-tals kvadratmeter.

MEN VILKEN DOFT SKA MAN VÄLJA, OCH VILKEN EFFEKT GER DEN?

– Det beror på vad du vill uppnå. Det finns dofter som skapar en bättre känsla hos kunden och lämnar kvar ett gott intryck om affären eller platsen. Andra dofter kan locka till en dold butiksyta eller stimulera till spontana inköp. Ett klassiskt exempel är att sprida dofter som blir hungriga av. Eller dofter som förstärker upplevelsen kring en produkt, det vill säga fungerar som luktsalt.

HUR SKA MAN VÄLJA RÄTT DOFTSÄTTNING?

– Det hjälper vi dig med. Det finns kända studier som vi lutar oss mot. Våra maskiner, som sprider dofterna, har funnits på marknaden i över 15 år och våra produkter är representerade i 46 länder. Du kan, om du vill, kolla in vår hemsida. Där beskriver vi hur professionell doftmarknadsföring kan öka kundnyttan för dig. Du får också veta hur dålig lukt ger motsatt effekt.



Yaroslav Shevchenko och Jaroslav Maslennikov vet hur dofter påverkar.

HUR GÖR MAN MED DÅLIG LUKT?

– Vi har medel och erbjuder flera lösningar för att få bort dålig lukt. Som vi ersätter med dofter som styr dina kunder till något positivt.

HUR STARKT SKA DET DOFTA?

– Inte alls. För starka dofter kan ge en motsatt effekt. Man ska inte tänka på doften, utan den ska bara finnas där. Dessutom arbetar vi bara med dofter som görs av naturliga ingredienser och inte innehåller något syntetiskt eller kemikaliskt. Vi är nogga med att följa alla lagar, dessutom så är maskinerna CE-certifierade och dofterna IFRA-godkända.

AROMA™
marketing sverige
Professionell Doftmarknadsföring

08-52 29 23 23

INFO@AROMAMARKETING.SE

WWW.AROMAMARKETING.SE

