



Marketing con sentido. Comportamiento del consumidor

¿Sabías que el marketing sensorial te ayuda a generar más ventas?

Es una poderosa estrategia para vender y fidelizar al cliente. El marketing sensorial va directo al subconsciente, a capturar los sentidos, el recuerdo y la total sensibilidad del ser humano. Su objetivo es generar una experiencia de compra que sea única e inolvidable, pero para ello debes saber qué quieres comunicar y cómo aplicarlo en tu negocio para atraer más clientes.

Somos consumidores cada vez más exigentes y demandantes. No solo nos fijamos en el precio o la calidad de los productos, sino que ahora elegimos los negocios que nos hacen vivir una estadía placentera mientras encontramos lo que deseamos. No se trata de vender, sino de enamorar y cautivar a los clientes.

Según el neuromarketing, el 95% de las decisiones que tomamos al momento de comprar las hacemos de forma inconsciente, y que más del 80% de las decisiones de compra las realizamos en el punto de venta. Es aquí donde debes jugarle todas las cartas para despertar el lado emocional de los clientes y captar su atención. Si deseas vender un producto, enfócate primero en generar una experiencia de compra a través de los cinco sentidos.

Recordamos el 35 % de lo que olemos

☒ ¿Cuántas veces te has sentido atraído por una tienda solo por su aroma? Seguro en más de una oportunidad. El olfato es el rey de los sentidos, es el que mayor impacto tiene en nuestra memoria, produce más emoción y despierta el deseo.

Utilizar un aroma adecuado en un punto de venta aumenta la predisposición a comprar en un 20%. Y es que de manera inconsciente provoca ciertos efectos en el comportamiento de las personas, como por ejemplo: te relaja, te calma, te estimula, te convence.

Recordamos el 15 % de lo que probamos



Una de las mejores estrategias de venta son las degustaciones de productos que encontramos en los supermercados. Si probaste un producto y te gustó, lo más probable es que termines comprando no uno, sino dos o más.

Comer algo rico generalmente te pone de buen humor y te da la sensación de felicidad, así que no debes olvidar ofrecer a tus clientes algún producto para degustar, al menos en las temporadas de ventas altas.

Recordamos el 5 % de lo que vemos



El sentido de la vista es el que provoca más impresión, y tiene el poder de persuadirnos en contra de la lógica.

El 80 % de los impactos publicitarios están dirigidos a captar la atención visual. Muchas veces un color o un aspecto influyen en la decisión de compra de las personas. Por eso solemos escuchar que ‘una imagen vale más que mil palabras’.

Algunos detalles que puedes considerar son: la decoración de una tienda, la envoltura de algún producto, los colores de una publicidad, entre otros.

Recordamos el 2 % de lo que oímos



Muchos negocios atraen a sus clientes solo por la música. Por ejemplo, cuando estás en una tienda de ropa o a un centro comercial puedes pasar horas buscando algo nuevo. Generalmente pierdes la noción del tiempo, porque tu sentido del oído está siendo estratégicamente manipulado.

Debes elegir melodías de acuerdo a tu target. Recuerda que una canción evoca recuerdos, genera interés y aumenta los estímulos emocionales de las personas.

Recordamos el 1% de lo que tocamos



Explotar el sentido del tacto en tu negocio ayudará a que tu cliente tome decisiones importantes. Y es que generalmente necesitamos tocar o manipular las cosas antes de comprarlas. No olvides que el tacto es el sentido de la confianza.

Ya lo sabes. Si quieres mejorar la comunicación con tu cliente, has que disfrute de su experiencia de compra. Genera en él sentimientos y emociones a través de los cinco sentidos. Atrévete y obtendrás buenos resultados.¹⁵