

Duftmarketing

Verkaufsförderung am PoS durch den Einsatz von Düften

Duftmarketing beschreibt die gezielte Beduftung am Point of Sale (PoS), dem Ort, wo der Verkauf getätigt wird.

Der ursprünglichste aller menschlichen Sinne, der Geruchssinn, wird als Ergänzung aller übrigen Marketingmaßnahmen zur Verkaufsförderung eingesetzt. Als unverzichtbarer Bestandteil einer modernen Marketingstrategie schafft ein passender Raumduft Wettbewerbsvorteile, die den Umsatz und die Leistung steigern. In den USA, Japan und vielen anderen europäischen Ländern ist Duftmarketing bereits ein fester Bestandteil des Marketing-Mix. Warum ist das wichtig?

- Düfte können eine verkaufsstimulierende Atmosphäre schaffen.
- Düfte unterstützen das körperliche und emotionale Wohlbefinden Ihrer Kunden.
- Düfte machen aufmerksamer.
- Düfte steigern die Lust, die Ware genauer zu betrachten und auch in die Hand zu nehmen.
- Düfte machen selbstsicherer, optimistischer und kommunikationsbereiter.
- Düfte befriedigen die Wünsche nach Genuss und Erlebnis beim Einkaufen.
- Düfte führen zu angenehmen Gefühlen und zu positiveren Entscheidungen und Bewertungen.

Marketing Strategen erhalten ein zusätzliches Instrument, das gewünschte Kundenverhalten am PoS zu steuern. Es zeigte sich auch, dass die Absicht wiederzukommen in einem bedufteten Verkaufsraum signifikant höher ist. Eine optimale Atmosphäre im Geschäft wird immer wichtiger, da Kunden

- erst vor Ort ihre Kaufentscheidung treffen.
- sehr preissensibel sind.
- beim Kaufen etwas Erleben möchten. Das Erlebnis des Kaufens ist für manche Kunden wichtiger als das Produkt.

Eine Studie, die die Kundenmeinungen zur Raumbeduftung im Einzelhandel untersuchte, ergab:

- Abgestandene und muffige Luft in einem Geschäft empfinden die meisten Kunden als äußerst unangenehm.
- 90,5% der befragten Personen empfinden eine dezente Beduftung als angenehm.