

## Research Foundation Chicago

*"En sportbutikskedja ökade sin omsättning med 6% genom användning av dofter. Tiden som kunderna spenderade i butiken kunde ökas med hela 18%."*

I två identiska försäljningsrum såldes samma Nike sportsko. Ett av försäljningsrummen var doftsatt (med en vanlig parfymdoft). 35 testpersoner valdes ut och de tvingades se produkten i 30 sekunder i varje rum utan information om testet. Det ena rummet var doftsatt det andra inte.

I intervjun som följde svarade 84% av testpersonerna att de hellre skulle köpa skon från doftande rummet. 16% svarade att de skulle köpa skon från oparfymerade rummet. Skorna i doftande rummet var även uppskattade till ett 10% högre pris av de människor som frågades.

– Dr AR Hirsch (1990) Research Foundation Chicago, Resultat från ett fältundersökning av lukt och smak behandling.



**DMSense doftmarknadsföring**

WWW.DMSENSE.SE

DANIEL@DMSENSE.SE

076 868 68 32