

University of Paderborn

Efter en långtidsstudie om doftsättning av säljutrymmen i ett av Europas största varuhus, under tiden 01.07.1998 – 31.12.1998 i fyra av dess avdelningar.

Följande resultat visades upp efter undersökningen.

- 47 % av kunder upplevde att sortimentet och butiken i sig blivit mer intressant.
- Personalen visade sig vara 39-59% mer kompetenta och vänliga
- 27 % upplevde butiken mer ren och fräsch
- Koncentration hos kunderna ökade med 18 %
- Vistelsetiden i lokalerna ökade med 14 %

"Systematisk doftmarknadsföring har en positiv effekt på varje psykografisk nivå och är ett lämpligt sätt att nå en omsättningsökning under längre perspektiv."

– Dr Anja Stöhr (1998), Resultaten från ett fältexperiment, University of Paderborn.



DMSense doftmarknadsföring

WWW.DMSENSE.SE

DANIEL@DMSENSE.SE

076 868 68 32