

negócios

DOMINGO 25/07/2010

Atração pelo cheiro bom

Empresas apostam na aromatização de ambientes para seduzir o cliente. Investimento custa a partir de R\$ 97



André Rosa
Especial para o Diário

Um cheirinho bom dentro da loja pode ser decisivo na hora da compra. O marketing olfativo tem se difundido entre empresas que buscam atrair os consumidores e reforçar a marca.

Há três anos, a loja Pé na Trilha, de artigos para esportes radicais, é adepta. Segundo o sócio-proprietário, Fernando Li Barbosa, graças a uma reforma e a aplicação de aromas e sonorização, o faturamento cresceu 80%. "Buscamos atrair os clientes não só pelo agradável cheiro, mas também com uma vitrine atraente e um suave som ambiente", diz Barbosa que gasta R\$ 450 por mês, para deixar a loja mais cheirosa.

Para a perfumista e especialista em marketing olfativo Fátima Farkas, atrair os sentidos do consumidor pode seduzi-lo. "Ele passa mais tempo dentro da loja podendo consumir



Marcello Palmis/ Diário SP

Denise Spada, da Avatim, desenvolve aromas exclusivos para lojas

mais", revela

Para criar uma identidade olfativa, a empresa deve criar uma essência exclusiva, diz a especialista. "O público passa a lembrar da marca pelo odor." Fátima desenvolve cheiros personalizados por R\$ 20 mil e semi-exclusivos por R\$ 6 mil.

E o aroma pode ser revendi-

do. "Pode ser inserido em sabonetes, cremes, sachês, velas e vendidos para os consumidores da loja", sugere Denise Spada, representante da Avatim Cheiros da Terra, que faz estudos de perfumes exclusivos por R\$ 2 mil. Para quem pretende investir menos, há essências prontas a partir de R\$ 97.