# El màrqueting sensorial, l'eina per captar el consumidor amb la seva sensibilitat



**El màrqueting sensorial és una disciplina que busca captar l'atenció del consumidor a través d'estimular la seva sensibilitat. L'empresa santcugatenca Ancor Retail treballa en aquest àmbit en la creació de marca i experiència de consumidor. Cugat.cat ha recollit en un reportatge l'experiència, quins són els seus conceptes i les seves aplicacions.**

Els sentits són la porta d'entrada per fer arribar sensacions al cervell. D'aquesta manera, el màrqueting busca crear un vincle entre comprador i producte de manera que davant certs estímuls els usuaris revisquin l'experiència.

Ancor Retail es dedica a oferir serveis de màrqueting als seus clients. Especialitzada en la creació de marca, és a dir, com es presenta l'empresa al seus possible clients i usuaris, i en disseny de l'experiència del consumidor que comprèn la creació de l'espai on es compraran o consumiran els seus productes.

El soci director de la companyia Ancor Retail, Pablo Anton, ha explicat que la clau es troba en fer arribar al client la màxima quantitat d'estímuls sensorials per així establir una relació entre el producte i el consumidor.

**Pablo Anton: Traballem amb emocions, amb la capacitat de donar al client el que és millor. Quan fem una marca li afegim elements sensorials per crear una relació potent amb el client.**

En aquesta peça Cugat.cat també parla amb el professor de màrqueting a Esade Lluís Martínez-Ribes i mostra l'experiència de la companyia Akewle.

Noticia disponible a https://www.cugat.cat/noticies/societat/99083.html

Copyright 2024 Cugat.cat