

‘Gebruik geuren om winkelend publiek te verleiden’

14-08-2007 00:00

Winkeliers moeten vaker geuren gebruiken om consumenten te verleiden tot aankopen. Ze zouden zelf geuren moeten ontwikkelen die de waarde van hun merk vertegenwoordigen, concludeert Esther Dekker uit Dordrecht na een onderzoek naar geurbeleving. Dekker studeerde vrijetijdsmanagement aan de NHTV internationale hogeschool Breda. Tijdens haar studie maakte ze een afstudeerscriptie over de invloed van geuren als onderdeel van de belevingseconomie. Haar onderzoek, uitgevoerd bij Thermae Son in Son en Breugel, wordt uitgebracht door NRIT Media.

Dekker onderzocht de wellness-sector, maar denkt dat het gebruik van geuren veel breder kan worden ingezet. "Winkelketens zouden dan wel hun eigen geur moeten ontwikkelen die de waardes van het bedrijf, merk of winkel vertegenwoordigen. De geur van rookworst zou dan met de HEMA geassocieerd kunnen worden, maar ik denk niet dat de geur van rookworst de HEMA als merk vertegenwoordigt."

Voor haar proef gebruikte ze een Finse sauna waarin ze twee groepen mensen liet zitten. De ene groep werd niet geconfronteerd met de geurenmix van eucalyptus, pepermint en dennen en de andere wel. "De mensen die de geuren roken gingen positief associëren. Mensen die niet veel in de sauna waren geweest, stelden ook dat ze daar in de toekomst nu meer naar toe gaan."