

New Yorkse parfumerie biedt 'blind smelling experience'

08-02-2019 09:29



In de winkel van Perfumarie maken klanten kennis met verschillende parfums, zonder te weten om welke het gaat. Met deze 'blind smelling experience' wil het New Yorkse concept de complete shoppingexperience rondom geuren heruitvinden. Dat zegt oprichter Mindy Yang in het februarinummer van RetailTrends.

In de winkel van tweehonderd vierkante meter worden klanten niet beïnvloed door branding of prijsinformatie. Ze krijgen alle tijd om aan de geuren te ruiken. Na het kiezen van een parfum komen klanten er uiteindelijk tijdens de maandelijkse *reveal party* achter welke geur zij hebben gekozen.

De geuren die de winkel verkoopt zijn een mix van bekende merken, exclusieve nichemerken en geuren die Perfumarie zelf samenstelt. Parfummerken kunnen schapruimte huren om drie tot vijf geuren neer te zetten.

Bijna de helft van de bezoekers die parfumwinkel Perfumarie over de vloer krijgt, is man. Dat blijkt uit de database van de New Yorkse winkel, waarin de geurvoorkeuren van meer dan dertien duizend klanten van over de hele wereld te vinden zijn. Yang was in eerste instantie verbaasd over de grote hoeveelheid mannelijke klanten. Haar bevindingen zijn inmiddels dat het voor mannen een uitdaging is om in traditionele parfumeries een geschikte geur te vinden. "We ontdekten dat ze geweldige kopers en verzamelaars zijn, zolang ze maar weten wát ze kopen en verzamelen", vertelt ze. "Als dat helder is, zijn ze erg openminded en loyaal."

In het februarinummer van RetailTrends vertelt Yang uitgebreid over hoe zij denkt met haar holistische

platform de parfumindustrie van binnenuit te verbeteren. "Bij Perfumarie willen we het kooptempo verlagen en een authentieke connectie creëren tussen de geur en de drager." Lees [het volledige artikel](#) in het digitale magazine. [Nog geen member? Klik dan hier voor meer informatie.](#)