

## Proste zapachy sprawiają, że kupujemy więcej

Artykuł opublikowany w serwisie: 03.12.2012 r.



Fot. Fotolia

Podczas robienia świątecznych zakupów warto zwrócić uwagę na to, jak pachnie w sklepach, które się odwiedza. Nie tylko oświetlenie i muzyka, ale i niektóre zapachy mogą sprawić, że wydajemy więcej - wynika z badań.

Proste zapachy, w przeciwieństwie do złożonych kompozycji zapachowych, to potężne motywatory, jeśli chodzi o wydawanie pieniędzy - przekonują badacze z Washington State University.

Dzieje się tak dlatego, że proste zapachy - jak cytryna i sosna - nie absorbują nadmiernie mózgu klienta i pozwalają skupić się na robieniu zakupów. "Wykazaliśmy, że proste zapachy są bardziej efektywne" - powiedział jeden z autorów badania Eric Spangenberg z University College of Business.

W ramach badania naukowcy pracowali z dwoma zapachami: prostym aromatem pomarańczowym i bardziej złożoną kompozycją pomarańczowo-bazyliową połączoną z zieloną herbatą. Przez 18 dni naukowcy obserwowali ponad 400 konsumentów w sklepie z wystrojem wnętrz, w którym rozpylano prosty zapach, bardziej skomplikowaną kompozycję lub nie rozpylano żadnego - podał serwis LiveScience.

Wykazano, że 100 klientów, którzy robili zakupy otoczeni prostym zapachem, wydawali średnio o 20 proc. więcej pieniędzy.

Podczas serii dodatkowych eksperymentów badacze dawali studentom do rozwiązania słowne łamigłówki, rozpylając w ich otoczeniu wspomniane zapachy. Okazało się, że studenci lepiej i w krótszym czasie radzili sobie z zadaniami, kiedy używano prostego zapachu.

Zdaniem Spangenberg badanie podkreśla potrzebę lepszego zbadania wpływu zapachów na konsumentów. "Większość osób przetwarza je na poziomie podświadomym, ale zapachy mają na nich wpływ" - zasugerował badacz. "Z punktu widzenia handlowców ważny jest fakt, że zapach przyjemny niekoniecznie musi być efektywny" - dodał.

Wyniki badania opisano w magazynie "Journal of Retailing". (PAP)

PAP - Nauka w Polsce

### Bibliografia:

1. <http://naukawpolsce.pap.pl>