

Marketing Olfativo: uma estratégia de diferenciação e desenvolvimento

CAMPUS HIGIENÓPOLIS

DATA	HORÁRIO	CONTEÚDO
14/03	09:00	<ul style="list-style-type: none">- Fundamentos teóricos e científicos do Marketing Sensorial e Olfativo.- A importância dos odores e o impacto na percepção e na tomada de decisão das pessoas.
21/03	09:00	<ul style="list-style-type: none">- A amplitude de aplicação das técnicas olfativas no ambiente de marketing.- O impacto na decisão de compra, no consumo, na fixação da marca, bem como suas aplicações no desenvolvimento de produtos, na comunicação e mais especificamente nas ações que impactam a experiência de compras no varejo e na atmosfera da loja.
28/03	09:00	<ul style="list-style-type: none">- O estímulo olfativo como parte da atmosfera de loja: a resposta afetiva e cognitiva dos clientes em relação ao ambiente de loja e aos produtos.- Projetos de marketing olfativo, as etapas e o desenvolvimento.

