



Notizia

La moda si mette il profumo

02/07/2013

E' appena partita e già conquista. E' la shopping experience "scent of shoes", creata da Scent Agency per Blocco 31, la linea giovane del brand Cinti.

L'esordio di "scent of shoes" è nel punto vendita di Bologna e, in programma, nei prossimi giorni l'arrivo è previsto anche in altri store del marchio.

Entrare in un punto vendita Blocco 31 diventa un'esperienza sensoriale intensa, vivamente impressa nella mente del visitatore anche dopo aver lasciato il negozio. Per farlo Scent Agency ha studiato la "giusta essenza", per il "giusto target", creando un logo olfattivo ad hoc.

Ma qual è il trucco? Non improvvisare. Mettere in campo studio e strategia. Il logo olfattivo Blocco 31 nasce dallo studio del posizionamento del brand, del profilo del target e da un'attenta selezione finale dell'essenza che tiene conto di diversi fattori.

La nota olfattiva, diffusa in modo leggero nell'aria, accoglie i visitatori rievocando la "freschezza" di una moda giovane, la "cura" dello stile e il "calore" di un brand vicino alla vita quotidiana delle persone.

Il marketing olfattivo entra a far parte di una strategia di lancio che trasforma i punti vendita in Concept Store in cui convivono molteplici suggestioni sensoriali: musica, format industrial, tecnologia e stimoli olfattivi.

Scent Agency è il "centro della comunicazione olfattiva". Si occupa, da pioniere, di consulenza strategica, pubblicità e scent marketing per offrire alle aziende un nuovo e coinvolgente strumento di promozione di brand e prodotti: l'odore.