



VARUMÄRKES®
DAGEN

[Start](#) [Talare](#) [Årets program](#) [Bilder](#) [Tidigare år](#) [Om Varumärkesdagen](#) [Kontakt](#)

[NYHETSARKIV](#) [PRESS](#) [SPONSOR / UTSTÄLLARE](#) [IN ENGLISH](#)

[ANMÄLAN](#)

VARUMÄRKESDAGEN®

VAD ÄR SENSORISK MARKNADSFÖRING? 4 SNABBA MED JOHAN SWAHN



Johan Swahn har en Ph.D inom sensorisk marknadsföring och arbetar till vardags som Creative Director på Diaz & Swahn. Han är aktuell som talare på Varumärkesdagen och eftersom vi är väldigt nyfikna på sensorisk marknadsföring passade vi på att skjuta iväg några snabba frågor till honom.

Var är sensorisk marknadsföring?

Marknadsföring som talar till och påverkar våra sinnen, dvs. hur vi upplever produkter, varumärken och tjänster som påverkar vårt beteende.

Hur kan man koppla sensorisk marknadsföring till ett effektivt varumärkesbyggande?

I takt med att upplevelseekonomin växer söker konsumenterna efter upplevelser som är unika och minnesvärda. Att därmed förstå hur sinnena integrerar med varumärket och dess produkter blir allt viktigare för att skapa marknadsföring som berör.

Hur kan man applicera detta i den digitala världen?

Här ser jag att det finns mycket spännande att göra för att förstå och förstärka olika sinnesupplevelser och förmedla rätt budskap. Till exempel vet vi att de flesta filmerna på sociala medier ses utan ljud, om man då gör reklam för mat, hur förmedlar man en förväntad smakupplevelse med hjälp av endast ett av våra fem sinnen?

Slutligen, om du tar en titt i kristallkulan, hur tror du att detta kommer utvecklas framöver?

Jag tror på ett större samspel mellan ny teknik och våra sinnen för att skapa unika och minnesvärda sinnesupplevelser som är skräddarsydda till individen där minnen, kunskap, förväntan och erfarenheter är starka faktorer.

Vi tackar Johan för att han tog sig tid och ser fram emot att få lyssna till hans föredrag den 25 januari.