



## Feel the Retail Experience

### Descripción

La sesión, organizada por Domotys el pasado 31 de mayo, estuvo enfocada a analizar la influencia de estas tecnologías en el comportamiento del consumidor. Una gran oportunidad para conocer hacia dónde se encamina el futuro del retail y el papel de la neurociencia en este sector, sin descuidar la importancia de un proyecto integral para poder aplicar correcta y eficientemente estas nuevas tecnologías.

Por otro lado, se mostraron ejemplos de soluciones innovadoras que ya se están aplicando en el mercado y que se dirigen específicamente a uno de los sentidos tradicionales (Vista, Oído, Tacto, Olfato y Gusto), cada uno de ellos explicado por expertos en su sector. con mi charla 'Neurociencia aplicada al sector retail', además de mostrar diversos ejemplos de casos reales, traté de dar respuestas a diferentes preguntas tales como: ¿Qué es el marketing sensorial? ¿Cómo mejorar la experiencia de venta y la relación con el cliente gracias a la seducción de los sentidos? ¿Hay un sexto sentido?