

먹는 것만이 아냐. 사람들이 러쉬 매장 가서 괜히 이것저것 비누를 사와. 그런데 이게 몇 번 쓰다가 잊고 있으면 녹아버려. 그러면 또 사. 왜? 러쉬 매장 가면 향기가 얼마나 좋아? 그럼 또 구매하고픈 유혹을 느끼지. 《Sensory Marketing》, 《감각 마케팅》 같은 책이 출간될 정도로 감각에 대해 요새 관심이 많아.

셜먼 리서치 센터Shullman Research Center의 조사에 의하면 신세대일수록, 부유할수록 오감을 골고루 쓴다고 해. 하여간 경제수준이 올라가고 여유가 생길수록 오감이 중요해지는 건 사실인 것 같아.

여기에 무한한 시장기회가 있는 거지.