

Abbiamo esplorato la multisensorialità di 4 gruppi di clienti durante l'inaugurazione della sede di Roma

La multisensorialità comprende le percezioni visive tattili, sonore, gustative, ed olfattive delle persone. I sensi possono creare interconnessione tra loro e restituire un'esperienza più articolata e coinvolgente

ROMA IN FABULA UN VIAGGIO MULTISENSORIALE

I partecipanti si sono cimentati in un workshop pensato per far vivere concretamente degli strumenti di VVA MR e per coinvolgerli in un racconto inedito e coinvolgente di Roma, città millenaria e con un patrimonio artistico-culturale unico al mondo su cui si poteva immaginare di aver già detto/letto tutto.



I 5 SENSI IN RELAZIONE A ROMA E ALLA ROMANITÀ



Durante il workshop, Roma è stata osservata con tutti i sensi, dando vita a connessioni autentiche, ricordi e nuove prospettive.

COSA ABBIAMO FATTO

Abbiamo cercato di far sintonizzare le persone con i loro **sensi** (vista, udito, tatto, olfatto e gusto) che, oltre a governare il nostro rapporto quotidiano con l'ambiente e le persone che ci circondano, sono letteralmente le **'finestre dell'anima'** e creano connessioni emozionali veraci e autentiche.

Roma è stata vissuta, accarezzata e narrata con il cervello primitivo e attraverso la socializzazione con gli altri partecipanti: lasciando emergere una città profondamente istintiva, fatta di contrasti e vibrazioni autentiche. Nei racconti si sono intrecciati il profumo del gelsomino e dell'incenso, gli aromi della mentuccia e del baccalà fritto, il rumore dei cori dell'Olimpico e la musicalità dell'accento romano. È emersa una **Capitale elegante e disordinata, seducente ma spigolosa, ironica e profondamente viscerale**: una città capace di essere, allo stesso tempo, "piuma e fero".

Roma è stata anche disegnata e 'sketchata' tra immagini iconiche che hanno sintetizzato l'anima dei lavori dei nostri ospiti e hanno deliziato la visita per simpatia ed eloquenza.

Era difficile pensare al finale di una sessione così ricca di spunti personali, collettivi ed universali; abbiamo lasciato che la connessione con le altre epoche, oltre tracce esistenziali e altri miti si compiesse e sono così comparsi gli **archetipi** della Roma narrata durante il workshop: un **amante** che seduce, ma a volte disorienta, un **giullare** che diverte, vive di leggerezza, ma teme un po' il futuro, il **magico** che tutto può fare, ma che a volte combina qualche piccolo grande pasticcio.

Una lettura della città delle città, costruita con generosità, passione e senza sovrastrutture, attingendo alle vibrazioni più istintive del nostro 'essere umani'.



E TUTTO QUESTO CHE 'STRATEGIC LINKER' PUÒ AVERE CON LA RICERCA?

L'approccio multisensoriale permette di esplorare la relazione profonda del consumatore/clienti/fruitori con il marketing mix dei prodotti e servizi con i quali vengono a confronto e riesce a mettere in luce e valorizzare: ➡



LE SFUMATURE ED IL PATRIMONIO DI KEY VISUAL IN GRADO DI RENDERE DISTINTIVE LE MARCHE



I TRATTI INTANGIBILI, QUELLI CHE SPESSO NE DECRETANO SUCCESSO, ASPIRAZIONALITÀ E PRESTIGIO MA ANCHE POCO ALLINEAMENTO ALLE TENDENZE STATICITÀ E TALVOLTA DECLINO

“ Un'esperienza che ha dimostrato come i sensi possano trasformare la percezione, generare connessioni autentiche e restituire nuove prospettive. ”