

SENSORY CX EL SONIDO VENDE



SENSORY CX LA MÚSICA SESGA

El diseño sonoro no es decoración. Es una acción sobre la emoción, memoria y juicios rápidos

La gente cree que elige "por gusto". Pero muchas veces el ambiente decide el marco.

Si no lo diseñas, igual opera. Solo que a ciegas.

SENSORY CX NO LO NOTAS. TE MUEVE.

El sonido encuadra la experiencia:

modula ánimo, activa asociaciones y vuelve la decisión más "fácil".

Cuando el ambiente se siente correcto, la elección se acelera sin deliberación.

Por eso el efecto suele ser inconsciente.
Y por eso se valida con conducta, no con opiniones.

SENSORY CX EL CASO VINO

Música "francesa" vs "alemana"
junto a una exhibición de vinos.

Con música francesa, sube la
elección de vino francés. Con
música alemana, el efecto se
invierte.

- los clientes rara vez atribuyen su compra a la música.
- La evidencia confiable es conducta: elección y ventas.



SENSORY CX
ESO ES CX. NO SERVICIO.

**CX no es
mejorar SLAs,
guiones y
reclamos.
Eso es calidad
de servicio.**

**CX se diseña: sensorial +
emocional + cognitiva +
simbólica + relacional.**

**No se "atiende
mejor". Se activa.**



@Aldo Daniel Sandoval Albarrán