

the hunter

# the catch

*Strategic Inspiration*



CATCH OF THE WEEK

# BOY SMELLS: ¿A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

DANIEL CÓRDOBA MENDIOLA - 20/05/2021



# BOY SMELLS: ¿A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

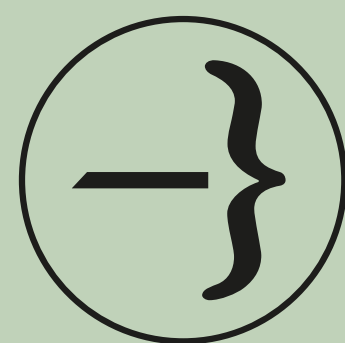


*Los cambios derivados de la pandemia han provocado un crecimiento explosivo de todas las propuestas que ayudan a cambiar las sensaciones y emociones en los hogares contemporáneos.*



# BOY SMELLS: ¿ A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

## EL GRAN TAKEOUT ESTRATÉGICO



*El hogar reclama una nueva centralidad como espacio en el que crear credenciales de marca, hacer crecer propuestas consideradas hasta ayer de nicho y explorar las nuevas avenidas del Premium contemporáneo.*

# BOY SMELLS: ¿ A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

¿POR QUÉ TENGO QUE LEER ESTO?

*Seguro que tu compañía o marca está considerando formas de mantener/potenciar la relevancia en esta nueva realidad.*

*Más allá de la estrategia de canal, no olvidemos mirar los cambios que se están produciendo en los espacios en que nuestros consumidores viven, trabajan, descansan o transitan.*

# BOY SMELLS: ¿ A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

## ¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

La pandemia ha traído consigo multitud de cambios en nuestras motivaciones, necesidades, actitudes y comportamientos. Uno de los más destacados es la redefinición del rol que ocupa el hogar en las estrategias de marketing e innovación.

El mundo del home scent, que incluye todo tipo de propuestas de ambientación de los hogares (de velas a inciensos pasando por esprays ambientadores y multitud de innovaciones y formatos nuevos), ha vivido una verdadera revolución. Es una forma rápida, personal y aspiracional de cambiar de manera rápida las sensaciones en espacios que nunca habían sido tan usados para tantas cosas diferentes.

La pandemia fue el inicio. Estar confinados en el hogar y convertir el salón en un espacio polifuncional en el que estudiar, trabajar, conversar, comer, leer, ver la tele, escuchar música y jugar a videojuegos ha potenciado la necesidad de evidenciar la transición de un uso a otro. Ahora que empezamos a emerger en unas nuevas realidades, seguro que pasaremos menos tiempo en el hogar, pero algunos de los aprendizajes que hemos adquirido como consumidores ya no se olvidarán.

Esta necesidad de puntuar, elevar o distinguir los moods en los espacios ha conllevado que velas e inciensos se conviertan en recurso fácil y rápido. Acompañados de rituales, imaginarios y relatos prestados de los perfumes, el lujo o el wellness, elevan la experiencia sin demandar una gran atención ni dedicación.

# BOY SMELLS: ¿ A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

## ¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

Boy Smells es uno de los ejemplos más interesantes en esta categoría. Lo que empezó siendo una propuesta casi doméstica de dos emprendedores en Los Ángeles (EE. UU.), se ha convertido en uno de los grandes fenómenos de los que extraer aprendizajes que van mucho más allá de la categoría de productos en la que operan.

La marca tiene un target delimitado con precisión quirúrgica, una clara propuesta de valor, una identidad perfectamente construida para redes sociales, un modelo de negocio basado en el DTC y una forma magistral de entender el premium hoy (colaboraciones, compromiso, empatía, honestidad y apertura).

En la actualidad es imprescindible tener en cuenta estas propuestas, como consecuencia de un fenómeno que ataca a la raíz de todas nuestras estrategias y propuestas de innovación para el presente y el futuro inmediato: el hogar ha cambiado y el consumidor demanda soluciones que le ayuden a cambiar las sensaciones que siente ahí.



# BOY SMELLS: ¿ A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

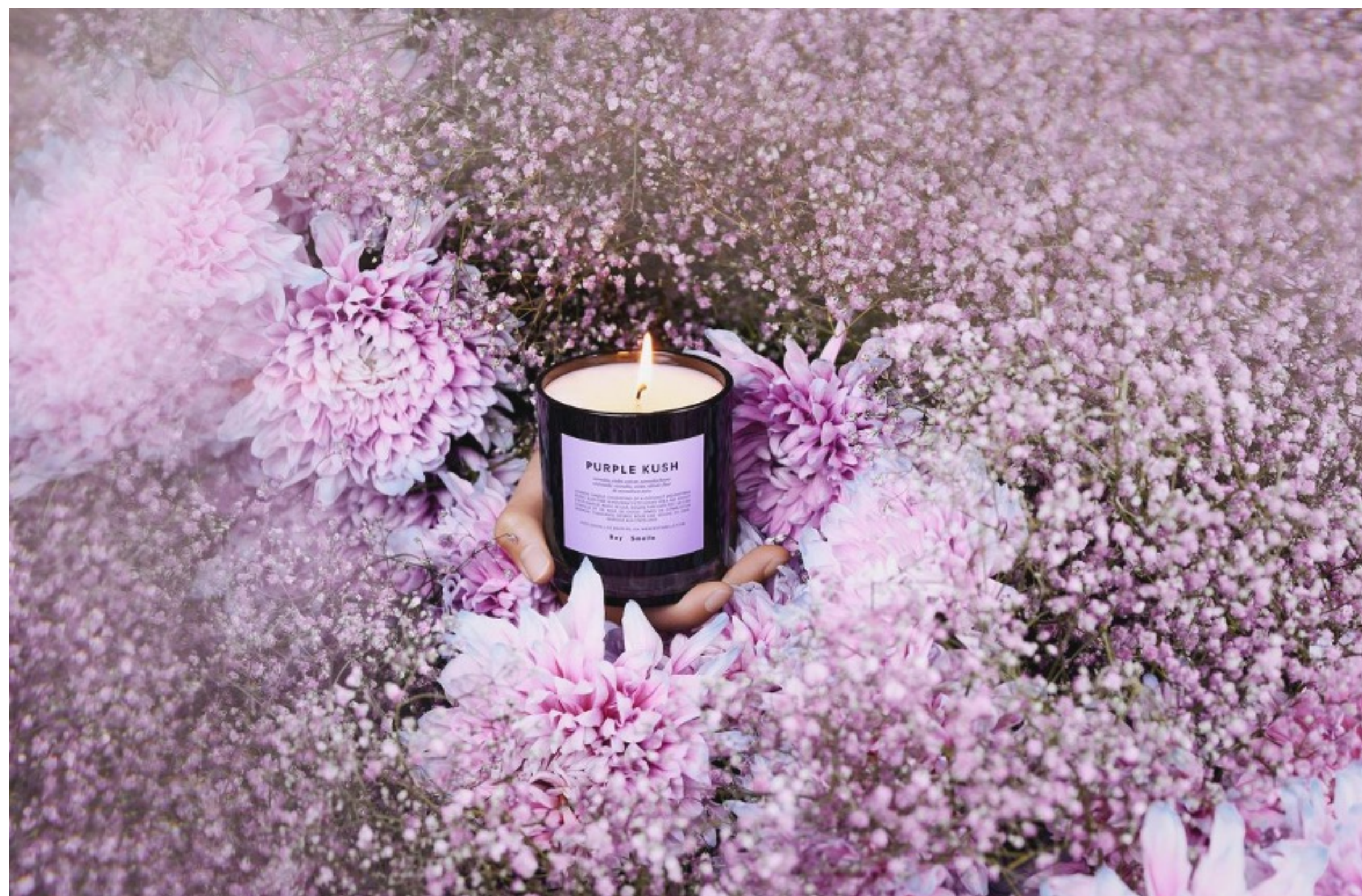
## LINKS Y EN QUÉ ME FIJO

<https://boysmells.com>

[https://www.instagram.com/boy\\_smells/?hl=es](https://www.instagram.com/boy_smells/?hl=es)

<https://www.perfumesloewe.com/es/es/home-scents/velas-perfumadas/>

<https://www.zarahome.com/es/en/fragrances/products/candles-c1020116810.html>



- USP y naming de las velas e inciensos
- Segmentación de target y forma de llegar a los públicos clave
- Construcción de imaginarios pensados para el hogar
- Aspiracionalidad del hogar desde la inspiración y la idealización



# BOY SMELLS: ¿ A QUÉ HUELE TU NUEVA VIDA?

## QUÉ NEED HAY DETRÁS?

Amplificación de las emociones a través de elevar los sentidos.

## QUÉ TENSIÓN ESTÁ RESOLVIENDO:

Paso muchas horas en casa y quiero soluciones que me permitan cambiar de forma rápida lo que siento y que me ayuden en mi bienestar.

## OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS:

Repensar el rol que tiene el hogar como creador de credenciales de marca.

Premiumización contemporánea de los hogares.

Elevar los rituales sensoriales

Considerar de forma estratégica el rol de la desintermediación (DTC...)

## CONCEPTOS CLAVE:

Hogar, ambientación, DTC, home scent



# ME INTERESA PARA MI MARCA, EXPLÍCAME MÁS!

*Esta oportunidad forma parte del tanque de inspiración estratégica de The Hunter. Si quieres que te expliquemos en más detalle cómo más de 15 años investigando y mapeando nos sirven para hacer recomendaciones estratégicas innovadoras y culturalmente relevantes, ponte en contacto con nosotros.*

**QUIERO SABER MÁS**



# the catch

*Strategic Inspiration*

The Catch es el tanque de inspiración estratégica de The Hunter en el que se comparte la inspiración necesaria para tomar las mejores decisiones estratégicas, en forma de recursos, contenidos e ideas únicas, sencillas de entender y de aplicación inmediata.

Todos los derechos reservados. La propiedad intelectual de los textos de este documento y de su reproducción es de The Hunter Projects SL. Se permite la reproducción, con fines no comerciales, de los textos de este documento, siempre que se respete la integridad de los mismos y que se cite expresamente la fuente y la URL: "Web de The Hunter Projects <http://thehunterprojects.com>"

No se permite la reproducción total ni parcial de las imágenes o textos de este documento sin la autorización previa de The Hunter Projects SL. Contacto: [rita.eliasson@thehunterprojects.com](mailto:rita.eliasson@thehunterprojects.com)  
La reproducción y la distribución pública de este contenido con fines comerciales, en cualquier soporte y por cualquier medio técnico, sin autorización expresa de The Hunter Projects SL, quedan específicamente prohibidas.

Cualquier acto de explotación, difusión y/o comunicación pública, así como cualquier uso lucrativo, directo o indirecto, y/o comercial, de cualquiera de los contenidos que integran este documento queda expresamente prohibido sin autorización expresa previa y escrita de The Hunter Projects SL.