



Dimensión  
multicanal de la  
experiencia

Digital			Físico				Telefónico		
RRSS	Web	Móvil	Tienda	Fábrica	Laboratorio	Evento	In Bound	Out Bound	VRU



Dimensión de la  
fascinación de la  
experiencia

Sensorial	5 Sentidos
	Emociones
Afectiva	Afiliación
	Reflexión
Racional	Actuación



Información	Halo Místico
Mitos	
Acceso	
Emblemas	Prestigio
Disponibilidad	
Influencia	Poder
Tradicición	
Control	
Recompensa	
Presunción	Alarma
Consecuencias	
Plazos	
Peligro	Fruito Prohibido
Guiño	
Prohibición	



Dimensión  
psicológica de la  
experiencia

Anticipación	Vivencia	Recuerdo
--------------	----------	----------



Dimensión  
temporal de la  
experiencia