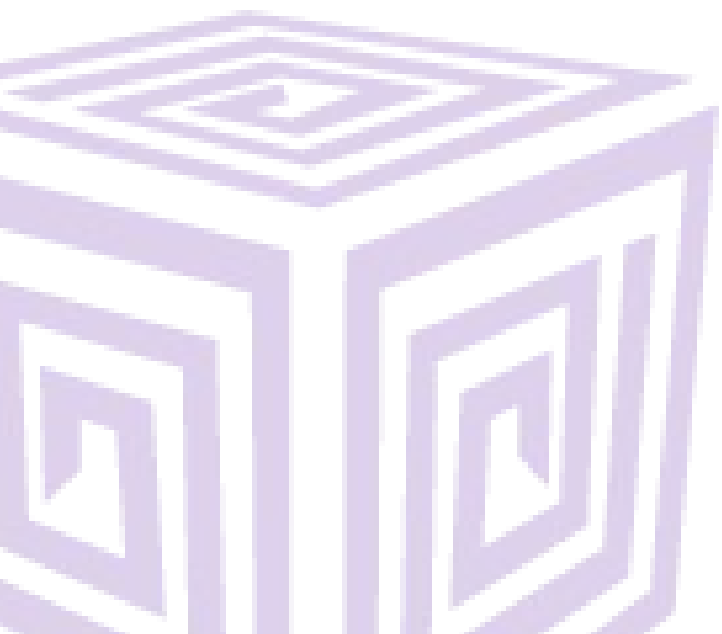


Plan de Marketing

**PLANTAS Y FLORES
ORNAMENTALES**





Introducción

El presente es un plan de marketing preliminar estandarizado para la mayoría de tiendas de plantas y flores ornamentales para casa y empresas.

La pandemia fue el boom del negocio de venta de plantas. Por dos razones en específico:

- 1 Las personas tuvieron más tiempo de estar en casa y eso llevó a mejorar la decoración de sus instalaciones.
- 2 Hay un mayor sentimiento naturalista y de cuidado del ambiente. Tener plantas en la casa y en la oficina te da una sensación de bienestar e incluso status.

Si lo tuyo son las flores, pues éstas nunca dejarán de ser un bonito detalle para una persona que aprecias o para adornar un lugar.

Aquí en este plan de marketing veremos paso a paso lo que necesitamos para triunfar en nuestros negocios.

Marca e Identidad Corporativa

Si deseas posicionarte como una empresa elegante o incluso “de lujo”, es primordial tener un logo que denote aquello. **Tu marca será tu principal arma de posicionamiento.**

Tomemos, por ejemplo, el caso Rosatel en Perú: esta empresa se posicionó por mucho tiempo como un **regalo costoso** y, obviamente, recibir estas flores para cualquier persona era señal de mucho “amor”.

Si deseas crear el mismo efecto para tu marca, entonces un buen logo e identidad corporativa lo lograrán. Contrata un profesional de branding para la creación de tu logotipo, manual de marca, empaques, merchandising, y todo lo demás.

MARCA E IDENTIDAD CORPORATIVA



Fotografías

Las fotografías en tu negocio son clave para mostrar la calidad y belleza de tu producto. Y claro, las plantas y/o arreglos deben de estar en su estado óptimo.



Sugiero realizar 03 tipos de fotografías:

Aisladas



Front-viewed o publicitaria



Lifestyle



FOTOGRAFÍAS

Publicidad Digital

La publicidad digital está dividida en muchas ramas, aquí las más importantes para ti:

| Google Maps

| YouTube

| Página web

| Mailing

| LinkedIn

| Instagram

| Whatsapp

| TikTok

Si ya tenemos un buen logo y unas fotazos, es hora de dejar listas nuestras plataformas digitales sociales para crear contenido.

OJO, aún no vamos a crear contenido. Vamos a implementar, organizar y dejar bien pulidos nuestros medios antes. Todo lo que vamos a mencionar es **GRATIS** y lo puedes hacer tú mismo, pero claro, siempre recomiendo contratar a un **profesional**.

01 | Google Business

Primordial crearse una cuenta en Google Business. Solo necesitas una cuenta Gmail. Aquí te mostramos algunos de los pasos.

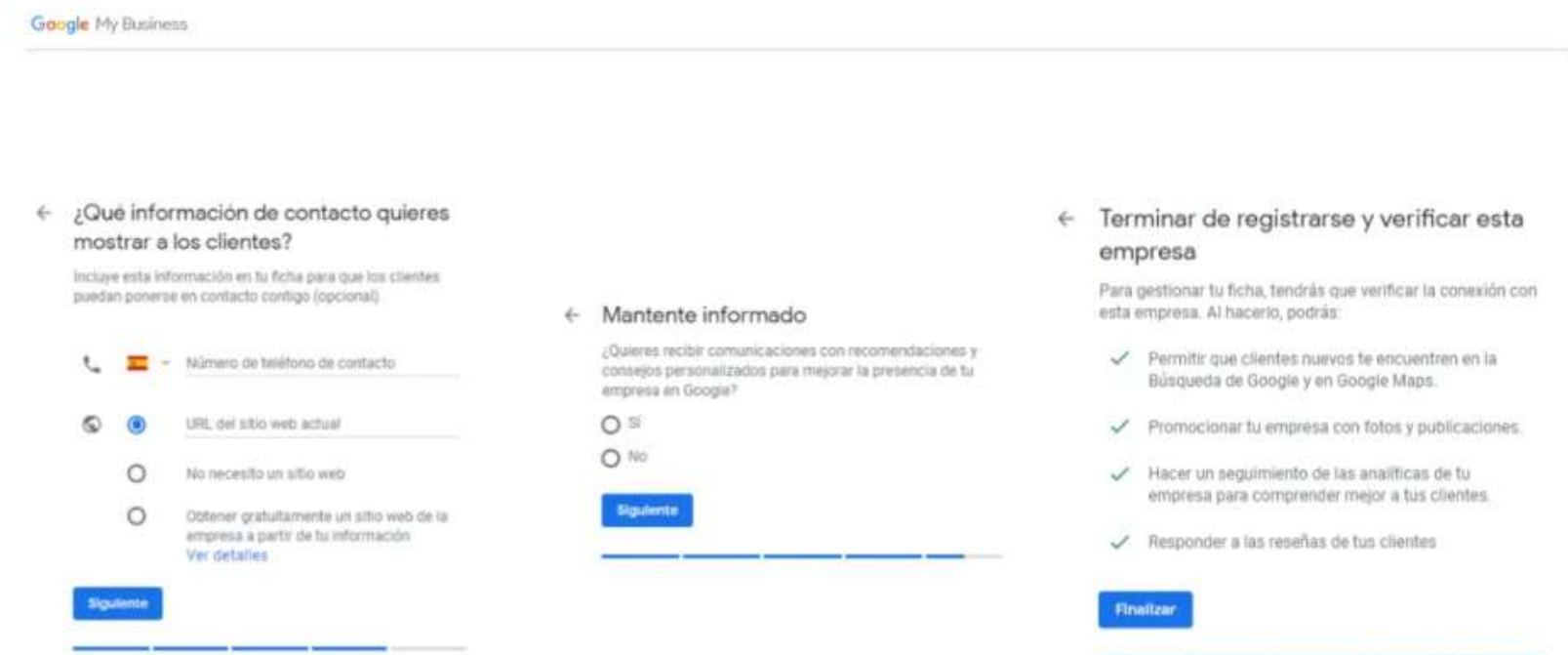
1 | **Accede a Google My Business**

Primero de todo debes acceder a la plataforma de Google My business desde la que podrás crear tu cuenta. Accede a empezar ahora y rellena la información requerida.

3 | Crear cuenta de Google My Business




Para continuar con el proceso de crear una cuenta de Google My Business, debes indicar el campo o categoría en la que se encuentra tu negocio, por ejemplo: agencia de modelos.

Para hacer la experiencia de los usuarios más cómoda y hacer posible la mejora del SEO de tu web, tienes la opción de añadir la url de la página de tu negocio. Finalmente realiza el último paso y finaliza el proceso.



Google My Business

← ¿Qué información de contacto quieres mostrar a los clientes?
Incluye esta información en tu ficha para que los clientes puedan ponerse en contacto contigo (opcional)

-   Número de teléfono de contacto
-  URL del sitio web actual
- No necesito un sitio web
- Obtener gratuitamente un sitio web de la empresa a partir de tu información [Ver detalles](#)

[Siguiente](#)

← Mantente informado
¿Quieres recibir comunicaciones con recomendaciones y consejos personalizados para mejorar la presencia de tu empresa en Google?

Sí

No

[Siguiente](#)

← Terminar de registrarse y verificar esta empresa
Para gestionar tu ficha, tendrás que verificar la conexión con esta empresa. Al hacerlo, podrás:

- ✓ Permitir que clientes nuevos te encuentren en la Búsqueda de Google y en Google Maps.
- ✓ Promocionar tu empresa con fotos y publicaciones.
- ✓ Hacer un seguimiento de las analíticas de tu empresa para comprender mejor a tus clientes.
- ✓ Responder a las reseñas de tus clientes

[Finalizar](#)



3 | Crear cuenta de Google My Business


Para continuar con el proceso de crear una cuenta de Google My Business, debes indicar el campo o categoría en la que se encuentra tu negocio, por ejemplo: agencia de modelos.

Para hacer la experiencia de los usuarios más cómoda y hacer posible la mejora del SEO de tu web, tienes la opción de añadir la url de la página de tu negocio. Finalmente realiza el último paso y finaliza el proceso.

← ¿Qué información de contacto quieres mostrar a los clientes?

Incluye esta información en tu ficha para que los clientes puedan ponerse en contacto contigo (opcional)

  Número de teléfono de contacto

 URL del sitio web actual

No necesito un sitio web

Obtener gratuitamente un sitio web de la empresa a partir de tu información [Ver detalles](#)

Siguiente

← Mantente informado

¿Quieres recibir comunicaciones con recomendaciones y consejos personalizados para mejorar la presencia de tu empresa en Google?

Sí

No

Siguiente

← Terminar de registrarse y verificar esta empresa

Para gestionar tu ficha, tendrás que verificar la conexión con esta empresa. Al hacerlo, podrás:

- ✓ Permitir que clientes nuevos te encuentren en la Búsqueda de Google y en Google Maps.
- ✓ Promocionar tu empresa con fotos y publicaciones.
- ✓ Hacer un seguimiento de las analíticas de tu empresa para comprender mejor a tus clientes.
- ✓ Responder a las reseñas de tus clientes

Finalizar

3 | Verificación de nuestra cuenta de Google My Business

¡Ya has conseguido crear una cuenta de Google My Business! Pero aún no has terminado.

Una vez hayas finalizado el proceso de inscripción, recibirás una carta de Google por correo postal que contiene el código con el cual estarás verificando tu cuenta de Google My Business. Una vez introducido, ¡ya puedes empezar a trabajar!

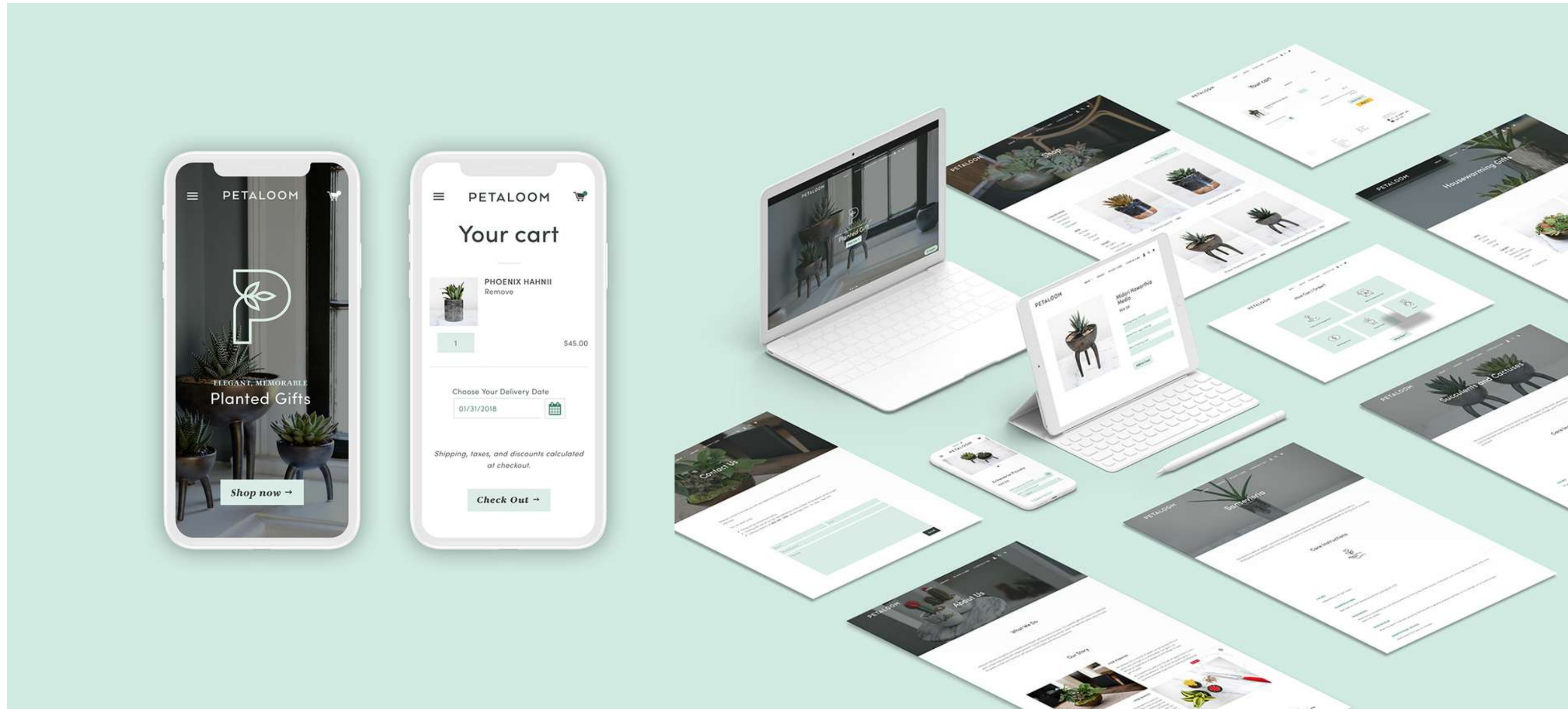
Sugiero añadir tu logotipo, horarios de atención, fotografías tuyas, de tu local, del personal, etc. Mientras más información llenes no solo generas confianza, sino también le das un plus de posicionamiento a tu marca en Google. Mientras más publicaciones tengas con comentarios de otras personas, **Google te irá dando prioridad para aparecer en los primeros lugares.**

02 Página Web

Obligatorio contar con una página web moderna, que se pueda ver muy bien en cualquier dispositivo. Es importante contratar un buen profesional para armar una web buena por fuera y dentro, ello te permitirá posicionarte correctamente en Google.

Agrega todos tus productos, fotografías de tus trabajadores, instalaciones, etc. Es importante que sea muy visual.

Además, en lo posible, trata de crear una plataforma **e-commerce** para poder comprar online todos tus productos.



03 Redes Sociales

PUBLICIDAD DIGITAL



Asegúrate de contar con un buen diseño para estas plataformas. Una buena foto de perfil y portada, la información correctamente llenada, fotos de ti, tus productos, personal, local, clientes, etc.



URBAN JUNGLE

Decoração que traz a natureza para dentro de casa

DICAS PARA O PROJETO

- » Atenção na escolha das espécies e no ambiente que elas precisam
- » Crie um jardim vertical
- » Use e abuse do verde e folhagens
- » Decore com móveis de materiais naturais

Planta para HOME OFFICE

Lírio da Paz

- Rega 3x na semana
- Sol indireto

Dicas para fazer um JARDIM VERTICAL

Leia na descrição

Es importante que tus redes sociales se vean muy profesionales, que sigan una sola línea gráfica, y sobre todo que, cuando invites a otras personas a seguirte, estas encuentren buen contenido tuyo que las motive a quedarse.

Nossa homenagem àqueles que fazem lindos arranjos

Parabéns, Florista!

PLANTAS QUE PURIFICAM O AMBIENTE

Jiboia

Lírio da Paz

JÁ COMEU A PLANTA PEIXINHO?

Como cuidar de um **ANTÚRIO**

Posicionamiento Digital

De acuerdo al público que desees conseguir, la relevancia de cada medio digital va a variar.

01
Redes Sociales

02
Web y Google

03
Whatsapp y Mailing

01 Redes Sociales

Si tu público es joven, sugeriría arrancar por



- | Para ambas, sugiero la **creación de videos** mostrando tus productos. Si lo tuyo son las flores, sería genial que hagas videos divertidos sobre parejas o campañas románticas. Si lo tuyo son las plantas también puedes aplicar el lado emocional, o crear tips de cuidado de plantas.

| A su vez, es muy importante **publicar fotografías** de tus productos, obviamente, fotos muy buenas, vendedoras.

| También puedes **re-postear** fotografías de tus clientes que hayan publicado en sus propias redes al recibir un producto tuyo de parte de esa persona especial.

Este contenido puedes replicarlo en LinkedIn y Facebook también. O crear contenido específico para cada red social. Por ejemplo, ya que LinkedIn es una red social muy corporativa, podrías crear contenido enfocado a ello: "las mejores plantas de oficina", o, "arreglos de flores para tus clientes".

| También te recomiendo brindar obsequios a **influencers** para que estos publiquen historias y/o posts con tus productos.

02 Web y Blog

Para posicionarnos en Google Business, también podemos **crear artículos** para nuestra web de los mismos temas de nuestros videos. Por ejemplo: Tips de cuidado de plantas o flores, recomendaciones según ocasión, y muchísimo más. Todo este contenido te ayudará a posicionarte de manera más rápida en la mente de tu público objetivo.

También es importante **detallar** claramente cada producto que vendes. Mientras más detalle textual ingreses a tu web, más facilidades de posicionamiento en Google obtendrás.

03 Whatsapp y Mailing

Tus clientes desean **información rápida**. Asegúrate de contar con los links adecuados para mostrar tu catálogo de productos de manera instantánea, o también, mediante catálogos PDF.

Crea una base de prospectos y de clientes a los cuales puedas enviarles ofertas novedosas o incluso recordatorios de fechas de aniversario.

Publicidad Tradicional

Vivimos en un mundo digital, sí. Pero eso no significa que dejemos de lado la publicidad tradicional. Sobre todo, si la mayor parte de nuestro **público es local**.

Radio, televisión, periódicos, revistas, eventos, auspicios, etc. Todos son medios válidos para lanzar nuestra publicidad, pero claro, todo depende de nuestro **presupuesto**.



Planificación

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

1 | Definición de mí mismo y mi producto.

¿Quién soy?, ¿Qué vendo?, ¿Qué hago mejor que nadie?

2 | Mi público objetivo.

¿Quién deseo que tome mis servicios? ¿Dónde los ubico geográficamente? ¿Qué lugares frecuentan? ¿Qué medios visualizan?

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

3 | **Mi competencia**

Estudia a tu competencia. ¿Qué otras tiendas hay? ¿Qué ofrecen y a qué precio? ¿Quiénes son sus clientes? ¿Qué están haciendo publicitariamente? ¿Qué puedo imitar? ¿Qué puedo hacer mejor?

4 | **Objetivos y medición**

¿Qué objetivos deseo para el siguiente año?

Aquí es importante hacer un análisis. Si no contamos con información previa, es relevante empezar a medir ya mismo. Por ejemplo: El mes pasado tuve 10 clientes, este mes 15 personas me escribieron al whatsapp por mi página web, 20 personas me llamaron a mi teléfono por Google Maps.

Si no medimos, no podemos trazar objetivos reales. No importa que contratemos a la mejor agencia publicitaria del mundo. Si no medimos nuestros resultados, no tiene caso hacer publicidad.

Aquí un ejemplo de medidores que deberías revisar:

- Nuestras estadísticas arrojan que crecimos 10,000 seguidores en TikTok en 01 año, para el siguiente año queremos llegar a los 30,000 mínimo. Ya no realizaremos un video semanal, sino dos junto a influencers conocidos.
- Hemos tenido un crecimiento mensual de 100 personas que nos han contactado mediante Facebook. Vamos a aumentar el gasto en Ads de Facebook para triplicar ese número.
- Tenemos una tasa de conversión del 30% de clientes que nos escriben por whatsapp. A ellos les enviaremos publicidad por esta vía con ofertas para hacer seguimiento.

Mediciones reales, objetivos reales.

¿Estás listo para empezar?

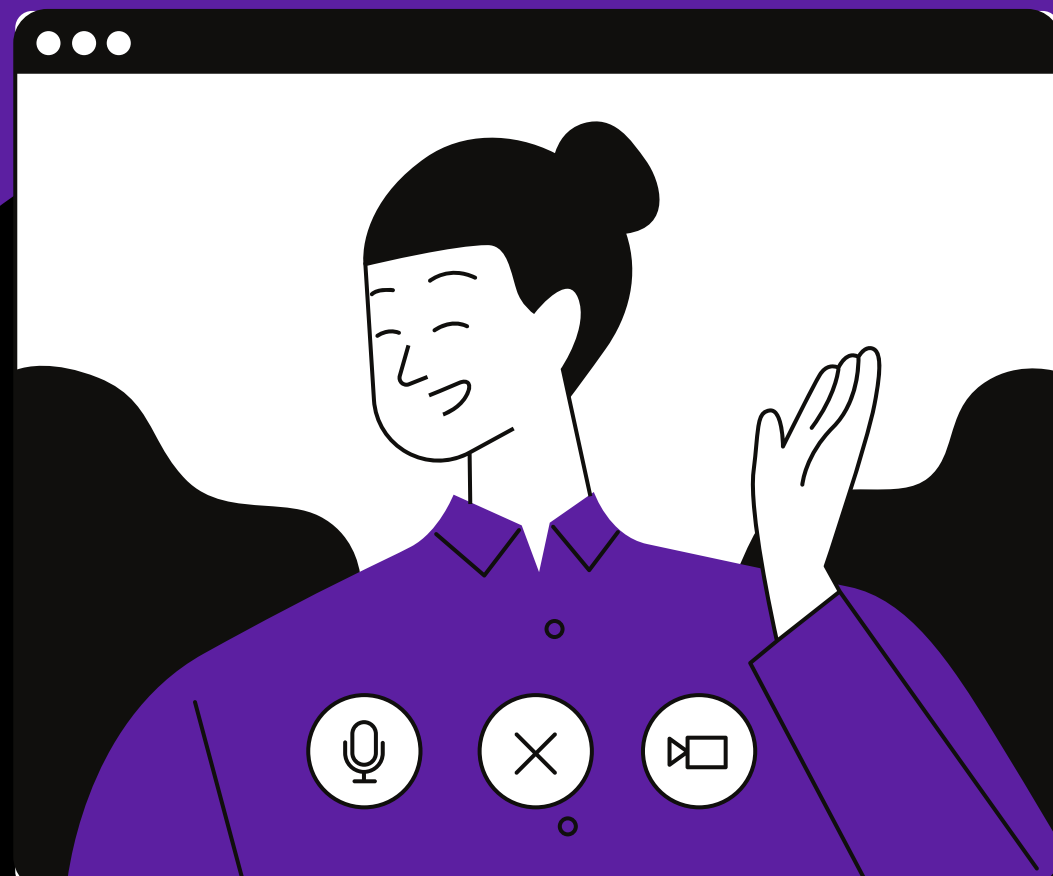
Contáctanos para una asesoría especial dedicada a tu negocio.

TELÉFONO

+51 993 856 531

CORREO

balva@pandoramarketing.net



pandora
MARKETING & PUBLICIDAD

