



Algunos ejemplos de promoción y marketing, etiquetas y envases con información del uso de la planta, etiquetas para el tallo, cómodos packs/bandejas con varias plantas, bandas para colocar alrededor de la caja de cultivo ...





Manel Barot

manel.barot@syngenta.com

Sales Manager de S&G
Flowers

Opinión

Marketing de ornamentales en el punto de venta

Debido a los cambios acontecidos en toda la cadena de negocio de la actividad relacionada con la planta ornamental - desde obtenedores hasta el punto de venta - el desafío común es poder proporcionar a la planta un valor añadido. En este sentido, cada vez cobra más importancia la colaboración entre todos los actores de la cadena de distribución

El valor añadido a la planta puede darse como material de promoción, etiquetas, posters, etc... todo con la necesidad de hacer más atractiva la venta de ésta y de dar información al cliente final acerca de la variedad que compra. En este caso, es importante que el cliente conozca las cualidades y necesidades para hacer de la compra un acierto; por ejemplo, en muchos casos no es posible ver en el punto de venta el porte final de algunas plantas, sobre todo las colgantes, producidas en grandes macetas, debido a la dificultad que presenta el transporte. En esta situación es importante hacer llegar el mensaje a través de una foto vía poster o etiquetas al cliente final.

En el mercado inglés, donde toda la producción está destinada al consumo nacional y no existe prácticamente exportación, las ventas son tanto en verde como en flor, pero siempre la planta va acompañada de material promocional (plástico). Esto ha hecho que se haya desarrollado una gran proporción del llamado cliente profesional y que algunas variedades denominadas "viejas" sigan vendiéndose: es la misma variedad con un nuevo soporte de marketing.

En España, la situación es distinta; hay una baja proporción de este cliente llamado profesional, que desea disfrutar de todos los estadios de la planta. Los compradores aquí son impulsivos, compran por las cualidades que tiene la planta en el momento, pero lo cierto es que cada vez es más importante utilizar distintos materiales de promoción. Para ello debemos adaptar el marketing a cada punto de venta, a promociones o campañas determinadas en función de las necesidades. Para eso es necesaria la colaboración de toda la cadena de negocio y, sobre todo, de las empresas obtentoras de planta ornamental ya que éstas tienen la información de las variedades que se están cultivando en nuestro mercado.

Dar valor añadido a sus plantas puede hacer crecer su negocio.

Para saber más

- www.syngentaseeds.es
- www.cyclamen-colour-europe.org, site creado por varios obtenedores de cyclamen, que muestra a través de fotografías diferentes posibilidades y combinaciones de esta planta para potenciar su venta.
- www.Stars-for-Europe.info, Información y ejemplos para la promoción de la poinsettia.



VIVERS PLANAS



- ÁRBOLES Y ARBUSTOS
- CONÍFERAS EJEMPLARES
- PLANTA EJEMPLAR RECUPERADA DEL BOSQUE
- OLIVOS ORNAMENTALES

Ctra. Palamós, 99 Masos de Púbol, 11
17460 CELRÀ 17120 PÚBOL
T +34 972 49 22 23 T +34 972 48 82 13
F +34 972 49 30 16 F +34 972 48 85 13

viversplanas@viversplanas.com
pubol@viversplanas.com
www.viversplanas.com

