

VIRIDIA

Iniciativa

20
23

Indice

1 VIRIDIA

1.1 Introducción

2 Plan de Trabajo

2.1 Planeación

2.2 Ejecución

2.3 Monitoreo

VIRIDIA

Somos una empresa joven fruto de una idea disruptiva partiendo de un modelo de negocio convencional. Estamos ubicados en la ciudad de Barranquilla, pero tenemos puntos de producción en diferentes municipios del departamento del Atlántico. Estamos siempre buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes con base en productos y servicios de alta calidad. Siempre partimos de conocer en detalle las expectativas de nuestros clientes, de esta forma podemos construir un modelo diferencial y personalizado acorde a sus necesidades. Hemos acompañado proyectos de transformación de jardines y consecución de productos no tradicionales y productos de alto volumen.

Plan de Trabajo

01.

Planeación

Propuesta de valor

Identificación de objetivos

Definición de público

02.

Ejecución

Canales digitales

Estrategia de contenido

03.

Monitoreo

Medición

Análisis

Optimización



Planeación

Plan de trabajo



PROPUESTA DE VALOR

Planificación



Propuesta de valor

En VIRIDIA, no solo ofrecemos productos de jardinería, macetas y fertilizantes; construimos experiencias verdes que transforman. Somos más que una tienda de viveros, somos una comunidad comprometida con el bienestar de tu espacio y del planeta.

¿Qué nos hace únicos?

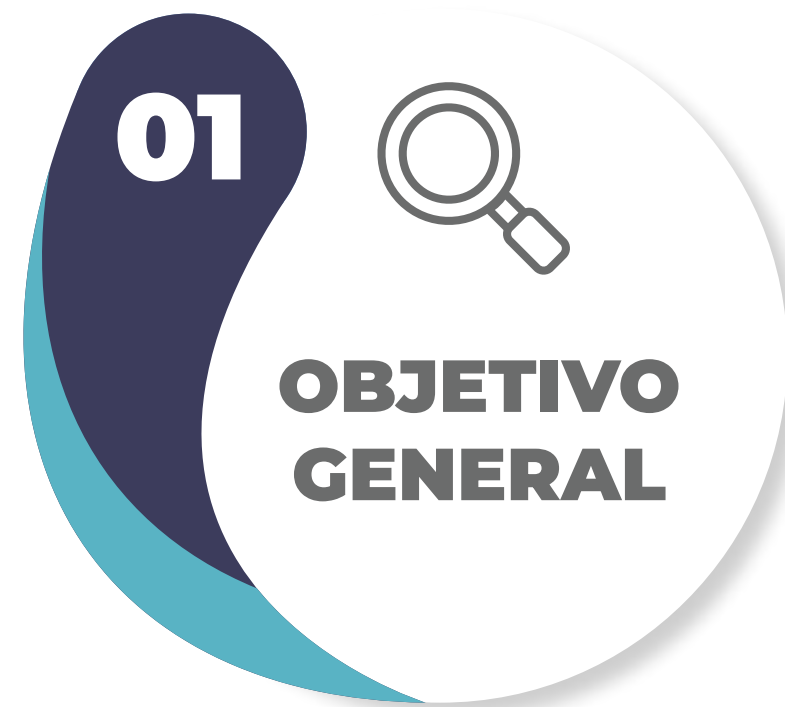
- **Innovación Ecológica:** Desde nuestra sede en Barranquilla hasta los puntos de producción en diversos municipios del Atlántico, cada producto de VIRIDIA es cuidadosamente seleccionado para ser eco-amigable y sostenible.
- **Modelo de Negocio Disruptivo:** Nacimos de la visión de cambiar el juego en el mundo de la jardinería. No seguimos el camino convencional, creamos nuestro propio sendero para ofrecerte lo inesperado.
- **Personalización que Transforma:** No solo vendemos productos, construimos soluciones. Nos sumergimos en tus expectativas para crear modelos diferenciales y personalizados que transforman tus espacios verdes de acuerdo a tus deseos.
- **Acompañamiento Proactivo:** Desde proyectos de transformación de jardines hasta la obtención de productos no tradicionales, estamos a tu lado. Nuestro compromiso es acompañarte en cada paso de tu viaje verde.
- **Calidad que se Siente:** Apostamos por la excelencia en cada producto y servicio. Desde plantas hasta macetas, cada elemento que tocas de VIRIDIA refleja nuestro compromiso con la más alta calidad.

IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS

Planificación



Identificación de objetivos



Promocionar las orquídeas como regalo y elemento decorativo esencial para la Navidad, resaltando los valores de amor, vida y sostenibilidad asociados con las plantas vivas, un mes de duración y se espera vender 100 orquídeas



Impulsar las ventas de orquídeas como regalo navideño durante la temporada de diciembre



Lograr la venta de orquídeas para decoración navideña, durante el mes de diciembre

Métricas claves - KPIs

Impulsar las ventas de orquídeas como regalo navideño durante la temporada de diciembre



Mide el porcentaje de visitantes o clientes potenciales que realizan una compra de orquídeas como regalo en comparación con el total de visitantes.

¿Cómo obtenerla?

Registra las transacciones de orquídeas marcadas como regalos y divide por el total de visitantes en la tienda o plataforma online. Utiliza herramientas de análisis de comercio electrónico.



Evalúa la visibilidad de las campañas publicitarias en redes sociales, midiendo la cantidad de personas que han sido expuestas al contenido promocional

¿Cómo obtenerla?

Utiliza las estadísticas de impresiones y alcance proporcionadas por las plataformas de redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok). Mide el número de visualizaciones y clics en los anuncios.



Contabiliza likes, comentarios, compartidos y otras interacciones en las publicaciones de VIRIDIA.

¿Cómo obtenerla?

sumar likes y comentarios, dividirlos entre el número total de seguidores y multiplicarlo por 100.



Evalúa la rapidez con la que VIRIDIA responde los mensajes y concreta la venta

¿Cómo obtenerla?

Gestionar el WhatsApp y las horas de atención.

Métricas claves - KPIs

Lograr la venta de orquídeas para decoración navideña, durante el mes de diciembre



Evalúa el aumento en las ventas de plantas vivas destinadas a la decoración navideña en comparación con el periodo anterior.

¿Cómo obtenerla?

Compara las cifras de ventas de plantas para decoración de la temporada actual con las del año anterior o periodos anteriores. Utiliza datos del sistema de punto de venta.



Evaluar las personas que reaccionan y comentan con las que envían mensajes al WhatsApp para comprar

¿Cómo obtenerla?

Contabilizar número de comentarios y reacciones y mensajes en WhatsApp



Evaluar cuantas personas preguntaron y compraron

¿Cómo obtenerla?

Sumar las personas que compraron y dividirlo con el numero total de personas que escribieron al WhatsApp

DEFINICIÓN DE PÚBLICO

Planificación



Buyer persona

Sofía: Amante a las plantas - 28 Años - Femenino - Barranquilla, Colombia - Licenciatura en Literatura y lengua castellana - Docente - Modero



OBJETIVOS PROFESIONALES

Hacer una especialización pedagogía de la lengua castellana

OBJETIVOS PERSONALES.

Tener un jardín lleno de plantas exóticas y raras.

DESEOS Y ASPIRACIONES

Tener un jardín lleno de plantas exóticas y raras.

GUSTOS

Plantas exóticas, Libros, enseñar

RETOS

Mantener sus plantas sanas y florecientes.

COMENTARIOS

Interesada en conocer nuevas especies de plantas y técnicas de jardinería

Buyer persona

Sofía: Amante a las plantas - 28 Años - Femenino - Barranquilla, Colombia - Licenciatura en Literatura y lengua castellana - Docente - Modero



REDES SOCIALES

- LinkedIn.
- Instagram

CÓMO SE INFORMAN / FUENTES INFORMACIÓN:

Redes sociales, grupos de jardinería en línea, blogs especializados

SITIOS WEB PREFERIDOS

Foros de jardinería, tiendas en línea de plantas exóticas

PREFERENCIAS DE COMPRA

Prefiere comprar en tiendas físicas para ver las plantas antes de comprar, busca variedad y rareza en las plantas que adquiere.

CÓMO VIRIDIA PUEDE AYUDAR

Proporcionando plantas exóticas y raras, consejos de cuidado personalizados.

Mapa de empatía

Sofía, Amante de las plantas



Sofía

¿Qué piensa y siente?

- La calidad y estética de las plantas para que se integren perfectamente en sus diseños.
- La sostenibilidad y el impacto ecológico de las plantas que utiliza en sus proyectos.
- Crear espacios verdes que no solo sean hermosos, sino también respetuosos con el medio ambiente.

¿Qué ve?

- Espacios verdes bien mantenidos y diseñados de manera ecológica.
- Otros arquitectos y paisajistas compartiendo sus proyectos y soluciones sostenibles.
- Viveros que se centran en la calidad y sostenibilidad de sus plantas.

¿Qué dice y hace?

- Profesional, enfocada en la sostenibilidad y la estética verde.
- Elegante y bien vestida para transmitir confianza y profesionalismo.
- Colabora activamente con otros profesionales para aprender y mejorar constantemente.

¿Qué escucha?

- Recomendaciones sobre viveros especializados en diseño verde y paisajismo sostenible.
- Consejos de otros arquitectos y paisajistas respetados en la industria.

Esfuerzo

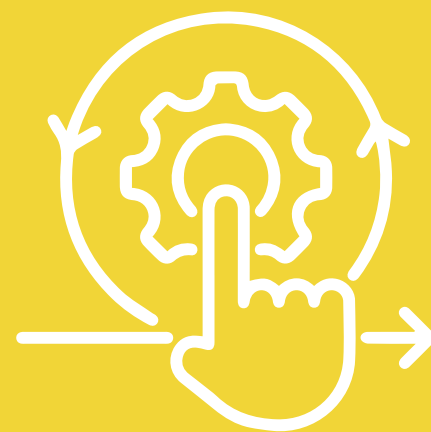
- Utilizar plantas que no cumplen con los estándares ecológicos y decepcionar a sus clientes.
- Dificultades para encontrar plantas raras y especies nativas que se adapten a su diseño.
- Limitaciones de presupuesto para proyectos de diseño verde a gran escala.

Resultados

- Plantas de alta calidad, únicas y respetuosas con el medio ambiente para sus proyectos.
- Crear espacios verdes que no solo satisfacen a sus clientes, sino que también son ecológicamente responsables.

Customer Journey MAP

Descubrimiento	Consideración	Consideración
<p>Descubre VIRIDIA mientras investiga en línea sobre viveros especializados en plantas sostenibles para sus proyectos de arquitectura verde.</p>	<p>Explora las opciones de plantas específicas para sus proyectos arquitectónicos.</p>	<p>Impresionada por la calidad y sostenibilidad de las plantas, Ana decide visitar el vivero en persona.</p>
<p>Busca fertilizantes ecológicos para proyectos de paisajismo. Se entera de la tienda a través de recomendaciones de colegas ingenieros ambientales y blogs de jardinería sostenible.</p>	<p>investiga la sección de fertilizantes del vivero y compara las propiedades y precios de los productos disponibles.</p>	<p>Decide comprar fertilizantes y plantas para su próximo proyecto de restauración ecológica. La gama de productos sostenibles y la orientación ecológica del vivero son factores decisivos para su compra</p>
<p>Descubre VIRIDIA durante una visita a una feria de jardinería en Barranquilla. Se siente atraída por la variedad de flores y plantas exóticas que no encuentra en otros viveros locales. Toma una tarjeta del vivero y decide investigar más en línea.</p>	<p>se sumerge en las galerías de fotos en las redes de VIRIDIA de diferentes plantas y macetas. Se inspira viendo diseños creativos de jardines y terrazas. Sigue las redes sociales del vivero para obtener consejos de jardinería y ver fotos de proyectos de clientes anteriores</p>	<p>Después de recibir inspiración continua y consejos útiles a través de las redes sociales del vivero, decide comprar varias plantas y macetas para decorar su hogar.</p>



Ejecución

Plan de trabajo

2023

CANALES DIGITALES

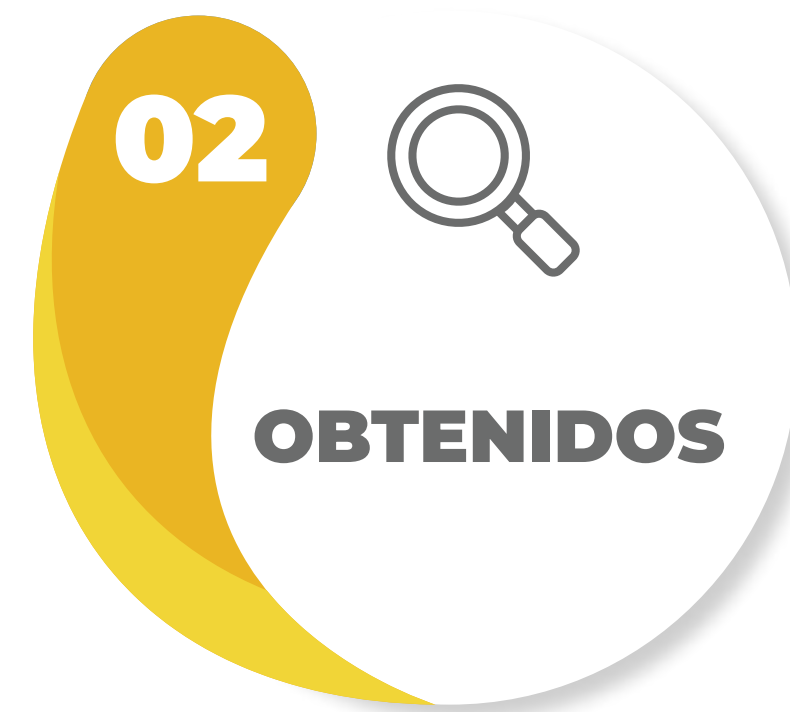
Planificación



Canales digitales



- Redes Sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, Tik Tok, YouTube)
- Newsletter/Email Marketing
- Webinars y Videos



- Blogs de Terceros
- Reseñas
- Foros y Comunidades
- Menciones
- Embajadores de la Marca



- Ads Redes Sociales
- Eventos

Propios: Son los canales digitales que VIRIDIA controla directamente, y donde puede publicar contenido y comunicarse con la audiencia sin costos adicionales por publicación.

Obtenidos: Son los canales donde VIRIDIA obtiene visibilidad a través del esfuerzo y relaciones, no pagando directamente por espacio, sino a través de colaboraciones, optimización para motores de búsqueda, y cobertura editorial.

Pagados: Son los canales donde VIRIDIA paga por la visibilidad, ya sea a través de publicidad, promociones pagadas, o cualquier otro tipo de exposición pagada.

Esta división permite a VIRIDIA tener una visión clara de dónde puede tener presencia y cómo puede distribuir sus recursos de manera eficaz para alcanzar sus objetivos de marketing.

Elementos de comunicación - Storytelling

Había una vez...	El siempre...	Pero se le dificultaba...	El trataba de resolverlo
<p>En un encantador rincón de Barranquilla, conocimos a Sofía, una mujer apasionada por la naturaleza y las plantas. Su hogar era un oasis verde donde cada planta contaba su propia historia. A Sofía le encantaba la idea de compartir este amor por la naturaleza con el mundo.</p>	<p>Sofía siempre buscaba la ocasión perfecta para rodearse de plantas. Ya sea creando un pequeño jardín en su balcón, buscando el regalo ideal para un ser querido o decorando su hogar para ocasiones especiales, las plantas eran parte integral de su vida</p>	<p>A pesar de su amor por las plantas, Sofía a menudo se encontraba con la dificultad de encontrar un vivero completo con variedad, calidad y ese toque especial que buscaba. La búsqueda de plantas vivas y eco-amigables era un desafío que, hasta ese momento, no había encontrado solución.</p>	<p>Sofía investigó y exploró diferentes viveros locales, pero notó que la oferta era limitada y la experiencia de compra no siempre cumplía con sus expectativas. Descubrió que faltaba un lugar que no solo ofreciera productos excepcionales sino también una conexión auténtica con la naturaleza.</p>
Pero el deseaba que...	Hasta que un día ...	A diferencia de la solución...	Su deseo de cumplió poder...
<p>El Sofía deseaba un espacio donde encontrar plantas no solo fuera conveniente, sino también una experiencia enriquecedora. Anhelaba un lugar que compartiera su pasión por la sostenibilidad y ofreciera soluciones que no solo fueran hermosas sino también respetuosas con el medio ambiente.</p>	<p>Un día, Sofía descubrió Viridia. Encontró un santuario verde que no solo satisfacía su deseo de variedad y calidad, sino que también compartía sus valores eco-amigables. Viridia no era solo una tienda de plantas, era un lugar donde las plantas cobraban vida y cada compra era una contribución a un estilo de vida más sostenible.</p>	<p>A diferencia de otras opciones en el mercado, Viridia se destacaba por ofrecer una gama diversa de plantas y productos ecológicos. Su compromiso con la sostenibilidad se reflejaba en cada rincón de la tienda, desde la selección de productos hasta la experiencia de compra.</p>	<p>El deseo de Sofía se cumplió al encontrar en Viridia el lugar que había estado buscando. Ahora, cada planta en su hogar contaba con el respaldo de un vivero comprometido con la calidad, la sostenibilidad y el amor por la naturaleza. Sofía compartió su historia, y su deseo de regalar vida y amor a través de las plantas tomó vida en cada cliente que descubrió Viridia. La promesa de Viridia se hizo realidad: "Regala vida, amor y sostenibilidad".</p>

ESTRATEGIAS DE CONTENIDO

Planificación



Acciones puntuales estrategicas

Impulsar las ventas de orquídeas como regalo navideño durante la temporada de diciembre

Estrategia de contenido emocional y entretenido

- El contenido que se va a publicar en su mayoría videos es de tipo emocional tratando de llegarle al corazón y moverle fibras a los clientes que sientan la necesidad de regalar amor con nuestros productos.
- Esto lo mezclaremos con ideas que sean tendencias y videos entretenidos para tener aún más un egagement con el contenido publicado

Engagement en Redes Sociales

- Aumentar el engagement en las redes sociales integrando:
- Desarrollar contenido interactivo, como encuestas y preguntas, para incentivar la participación de la audiencia.
- Responder de manera rápida y auténtica a los comentarios y mensajes directos en las redes sociales.

Impulsar las ventas de orquídeas como regalo navideño durante la temporada de diciembre

Historias con sentido

- Desarrollar a través de las historias una estrategia en la que podamos mostrar cada que se venda una orquídea mostrando ese acercamiento con los clientes, y fidelizándolos aún más con una foto de ellos con la orquídea, pedirle la foto a través del WhatsApp y preguntarle que le pareció.

Mensaje Claro y Persuasivo:

- Desarrollar copys persuasivos que comuniquen de manera clara la intención de la estrategia, regala amor, vida, naturaleza, sostenibilidad, plantas vivas



Monitoreo

Plan de trabajo

03.