



FTD, LLC

Guía de Marketing de las Fiestas



Perspectivas de la Industria

Cómo investigan los productos y ventas los consumidores

Fuentes utilizadas para encontrar información

Los sitios web de minoristas y las búsquedas en Internet son las fuentes más utilizadas para obtener información sobre nuevos productos / marcas.



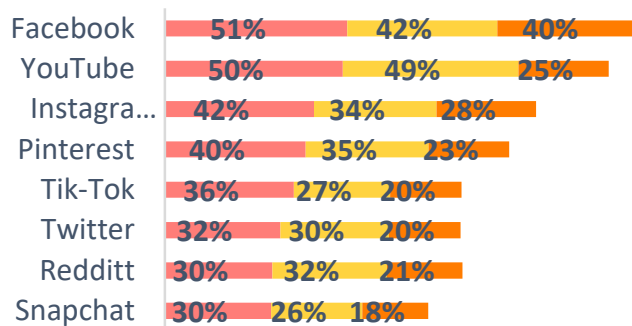
No solo compites con otros floristas sino también con el resto del mundo. Es importante estar en todos los lugares correctos.

Toma decisiones estratégicas sobre dónde quieres tocar tierra. Ten en cuenta que las redes sociales son una gran parte de esto y desempeñan un papel fundamental en el marketing y la publicidad en el mundo actual.

Uso de Redes Sociales

Los compradores <40 tienen más probabilidades de utilizar las redes sociales para encontrar información sobre productos/marcas

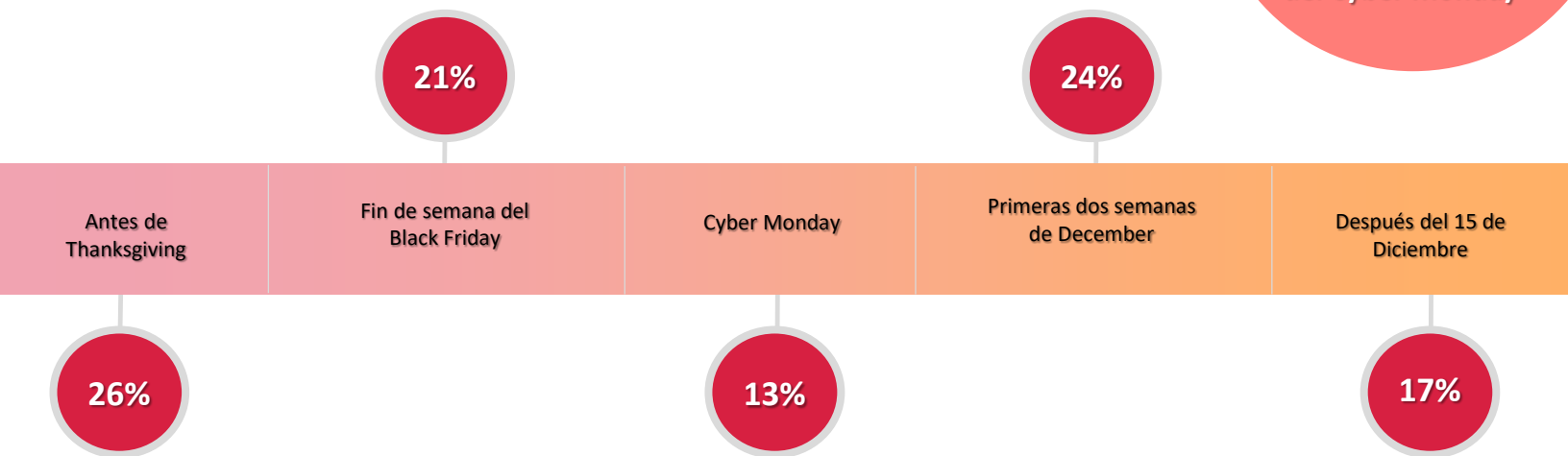
Plataformas de redes sociales utilizadas para encontrar información



■ Conozca / descubra nuevos productos / marcas
 ■ Investiga productos / marcas que conoces



Hay una cantidad inmensa de diferentes compradores, desde los que compran temprano hasta los compradores de última hora, pasando por la persona que lo planifica todo. Quieres estar activo y comprometido durante todo el periodo del tiempo. Ponerse en medio de la planeación es imperativo en esta época del año.



Una vez te adentres en esto... A continuación se muestran los lugares en los que quieres asegurarte estar presente. Hazte estas preguntas:

- ¿Estás apareciendo en todos los lugares correctos? ¿Ha configurado Google My Business o se ha asegurado de que todo esté cohesionado en su sitio web?
- ¿Ha configurado Google My Business o se ha asegurado de que todo esté cohesionado en su sitio web?
- ¿Su empresa aparece en el mercado cuando busca flores o regalos en su área?
- ¿Está enviando correos electrónicos a su base de datos actual y nueva?



De los compradores buscarán obsequios en los sitios web de los minoristas este año.



De los compradores buscarán en línea antes de ir a la tienda para comprar.



De los compradores utilizarán los correos electrónicos de los minoristas para obtener descuentos en regalos.

Entender a tu mejor cliente



¿Quién toma decisiones florales durante las festividades?

Es importante comprender quién es su mejor cliente y dónde se puede encontrar. A continuación, encontrará 3 escenarios diversos de clientes potenciales que pueda tener. Úselos como guía para crear sus propios personajes de cliente.

Regaladores de obsequios festivos



Regaladores de último minuto

"Rayos, se me olvidó que Navidad es tan solo en tres días"

Planeadores

"El Black Friday está a la vuelta de la esquina ¡Necesito empezar a programar las entregas de los regalos de Navidad!"

Trabajadores de Oficina



GATILLO:

"Es esa época del año otra vez. Necesito comenzar a enviar obsequios a nuestros socios comerciales"

NECESIDAD:

Tendré que enviar obsequios a socios comerciales de todo el condado y prefiero que los obsequios apoyen a las empresas locales.

Decoradores

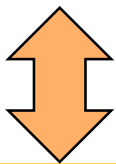


GATILLO:

"Solo 50 días más para las fiestas! Ya es hora de decorar!"

NECESIDAD:

Ha sido una tradición familiar desde que era un niño que comenzamos a decorar la casa para las fiestas justo después de Halloween.



Crea el Tuyo



Define Tu Audiencia (Cheryl/Cheryl's)



Cheryl:
The Golden Goose



Donación de Referencias

- Cheryl necesita comprar regalos para todos los socios comerciales de su empresa
- Empieza a buscar regalos locales que se puedan personalizar para cada negocio.



Dar Regalos Para Amigos No Locales

- Como una ávida dadora de regalos con amigos que viven fuera de la ciudad, Cheryl busca enviar a sus amigos un regalo que los haga sonreír. Quiere poder compartir recuerdos con ellos incluso a miles de kilómetros de distancia.



Decorando Para Las Fiestas

- Cheryl comenzó a decorar su casa el día después de Halloween. Cuando entras en su casa, el olor de la Navidad se apodera de tus sentidos. Es como entrar en una película todos los años.



Estoy Lista Para Comprar

- Cheryl es su Golden Goose: es una directora de oficina con amigos de fuera de la ciudad a la que le encanta decorar y está buscando la mejor manera de poder dar un regalo a sus seres queridos durante las vacaciones. ¿Será tu floristería la que ella elija?

¿Quién es tu cliente frecuente?

Creando una personalidad de cliente:

- ¿Qué Edad tiene?
- ¿Cuáles son sus metas?
- ¿Dónde viven?
- ¿Dónde esta tu área de servicio?
- ¿Cuánto te gustaría que gastara tu cliente?
- ¿Cuánto gastan actualmente?



Llegando a La Audiencia

Lo primero que queremos entender aquí es - No todos son tu cliente, así que deja de hacer marketing para todo el mundo. La forma en que podrás hacer esto es definiendo primero tus objetivos y luego creando y determinando tu audiencia y sus necesidades.



DEFINE
TUS
METAS



DETERMINA
TU
AUDIENCIA



DESARROLLA
TU
CONTENIDO

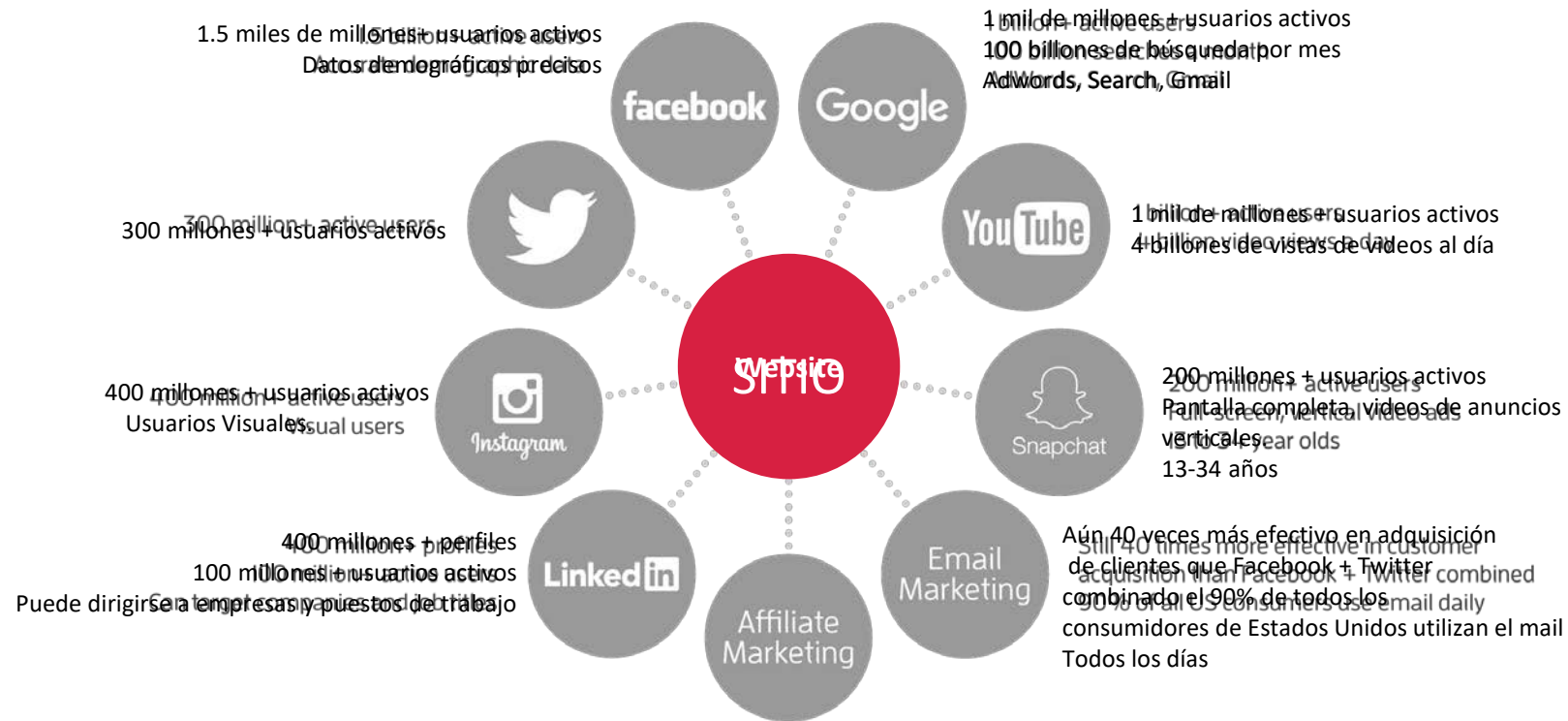
- Usa website analytics para determinar quién es tu audiencia y permite que la data dicte tus movimientos.
- Compárate con tu competencia- qué ofrecen los demás que tu no estás ofreciendo
- ¿Qué puedes hacer para diferenciarse de la competencia?
- ¿Ofreces un envío gratuito? ¿Un descuento para las personas que compran más de un arreglo floral o regalo? Se creativo

Esto ayuda para:

- Incrementar el conocimiento de la marca.
- Aprender de las necesidades, deseos y hábitos de tu audiencia y tus clientes.
- Aumentar el tráfico a tu sitio e impulsar las ventas.



Canales de Marketing



En el centro de tu negocio está tu sitio web, está en el centro de todo lo que haces por tu negocio. Al determinar qué se debe hacer en tu sitio para llegar a ese CLIENTE DE GOLDEN GOOSE, debes hacerte estas preguntas:

- Tus fotos están actualizadas?
- ¿Hay algo que le llame la atención y que necesite cambiar?
- ¿Ha incluido sus últimas promociones en su sitio y las ha actualizado para que coincidan con lo que vende actualmente en sus anuncios?

A continuación, se muestran algunas piezas de contenido que puedes considerar usar.



APPS DE MENSAJES

Miles de millones de usuarios activos mensuales, incluidos los codiciados consumidores Millennial y Generation Z.



CONTENIDO VISUAL

Compruebe si puede representar algo visualmente antes de comprometerse con el texto.



CONTENIDO INTERACTIVO

Polls, Q&A, En Vivo, Webinars.



VIDEO

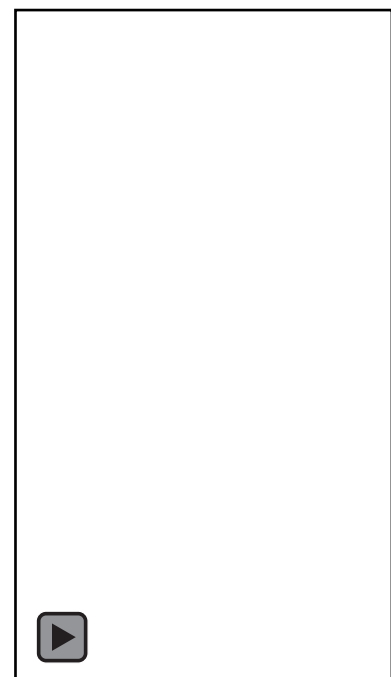
El 50% de los compradores dicen que el video en línea les ha ayudado a decidir qué marca o producto específico comprar.

¿Estás Creando Contenido Actualmente?

Transforma Esto:



En una Experiencia:



¿Cómo activarse?

Iniciar la Planeación de Contenido

- Inicie la planificación de contenido.
- Ayude a aprovechar las principales festividades.
- Ventas y promociones, mapa de mensajes, mantenerse comprometido.
- Resultados de datos

Iniciadores de Pensamiento de Contenido

- Toma fotografías de arreglos que estes haciendo.
- Muéstrale a la gente en video como es hacer un arreglo floral.
- Crea videos de tus entregas (toma un momento de alegría)
- Planifica cuándo deseas que se ejecute el contenido.



Lista de Verificación de Activación

- Mantener Google My Business actualizado
- Darle mantenimiento a tu página web
- Mantener los canales sociales con contenido fresco
- Vea cómo aparece en los listados locales
- Define un presupuesto de Marketing
- Define tus metas
- Determina tu audiencia
- Decide si vas a dar ofertas especiales o promociones.
- Mensajería coherente en todas las plataformas
- ¡Ponte creativo y diviértete!

