# Wzrost popularności firm ogrodniczych. W jaki sposób dotrzeć do klientów?

**Polacy najczęściej budują domy, których metraż wynosi od 101 do 150 metrów kwadratowych – takiej odpowiedzi udzieliło ponad 40 proc. osób w najnowszych badaniu „Jakie domy budowano w Polsce w 2022 roku”[[1]](#footnote-1). Na drugim miejscu znajdują się nieruchomości o powierzchni od 151 do 200 metrów kwadratowych – na taki dom zdecydował się co piąty badany. Jedynie co dziesiąty deklaruje budowę obiektów o metrażu powyżej 200 metrów kwadratowych. Rosnący popyt na nieruchomości to dobra okazja dla… firm ogrodniczych, by zwiększyć sprzedaż. Co zrobić, aby dotrzeć do klientów?**

Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, koniunktura w budownictwie wciąż jest na sporym minusie, ale przez miesiąc nastroje firm budowlanych nieco się poprawiły. Po okresie pandemii i niepewności na rynku nieruchomości, wielu Polaków zdecydowało się na budowę domu. Coraz chętniej wybierają jako lokalizację tzw. sypialnie dużych miast. Właśnie tam powstaje najwięcej nieruchomości.

Polacy wolą ciszę i świeże powietrze, a to zapewniają mniejsze miejscowości. Trend w kierunku budowania domów to dobra okazja dla firm ogrodniczych, by zwiększyć sprzedaż i powalczyć o klienta. Jak bowiem wynika z danych, infrastruktura wokół domu odgrywa dla właścicieli posesji duże znaczenie. Dla 37 proc. osób ogród jest kluczowym elementem ich idealnego domu, podczas gdy 33% podkreślało znaczenie zaaranżowania tarasu lub balkonu[[2]](#footnote-2). Jak firmy ogrodnicze mogą dotrzeć do klientów? Oto kilka sposobów.

## Kluczowa jest dobra strona internetowa

Aby wyróżniać się spośród konkurencji firmy ogrodnicze powinny podejmować szereg działań promocyjnych. Jednym z nich jest zbudowanie responsywnej strony internetowej wraz ze sklepem. Aż 77 proc. Polaków robi zakupy online, a z roku na rok kanały e-commerce zyskują na znaczeniu. Kupujący przez Internet to częściej mieszkańcy dużych miast, osoby z wyższym wykształceniem oraz dobrze oceniające sytuację finansową swojego gospodarstwa domowego[[3]](#footnote-3). Dlaczego sklep internetowy jest ważnym elementem sprzedażowym? Wyjaśnia Sebastian Kopiej, Prezes Zarządu agencji PR Commplace.

 – *Strona internetowa jest dla klientów dostępna przez całą dobę, przez wszystkie dni tygodnia, co oznacza, że ​​ mogą zapoznać się z ofertą i informacjami o firmie o dowolnej, dogodnej dla nich porze. Dzięki temu można przyciągnąć klientów, którzy preferują niestandardowe godziny na dokonywanie zakupów. Ponadto, online można kupować bez wychodzenia z domu. To szczególnie ważne dla osób, które potrzebują danych produktów, a nie mają zbyt wiele czasu, by chodzić po sklepach.* – wyjaśnia Sebastian Kopiej. – *Należy pamiętać, że strona jest wizytówką firmy. Jeśli będzie odpowiednio zbudowana i będzie posiadała przyjazne dla odbiorcy grafiki, wówczas zachęcimy konsumentów do zakupu w naszym sklepie.* – dodaje.

Dlaczego jeszcze warto mieć nowoczesną stronę internetową? Można wykorzystać ją do prowadzenia kampanii marketingowych. Np. publikować treści na blogu, udostępniać informacje o promocjach, organizować konkursy lub oferować rabaty tylko dla użytkowników odwiedzających naszą stronę.

## Pamiętajmy o social mediach

Jak wynika z badania „Social media w Polsce i na świecie. Raport Digital 2023” czas, jaki poświęca się średnio na świecie social mediom, to 2h i 31 min. To o 3 minuty dłużej w porównaniu z poprzednim rokiem. Co trzecia osoba przyznaje, że w social mediach poszukuje ciekawego contentu, a 27,3 proc. szuka inspiracji zakupowych. Firmy ogrodnicze powinny wykorzystać ten trend i zainwestować w prowadzenie ciekawego profilu.

Obecność w mediach społecznościowych pozwala firmom dotrzeć do szerokiego grona potencjalnych klientów. Pomaga w budowaniu świadomości marki, umożliwia także prezentowanie produktów lub usług. Social media dają klientowi możliwość bezpośredniego kontaktu z firmą, pomagają rozwiązywać problemy i sprawiają, że konsument ma poczucie bycia bliżej przedsiębiorstwa. Liczne badania wskazują także, iż treści prezentowane w social mediach wpływają na decyzje zakupowe. Nie dziwi fakt, że z roku na rok rośnie rynek influencer marketingu.

## Dotrzyj do mieszkańców danej lokalizacji za pomocą Google Ads

Jeśli już firma posiada nowoczesną stronę internetową i jest obecna w social mediach, pora na zainwestowanie w Google Ads. Za pomocą tego narzędzia można dotrzeć do osób z określonego obszaru i tam kierować naszą kampanię.

 - *Google Ads zapewnia nam możliwość geo-targetingu, czyli precyzyjnego określenia, do kogo ma trafić przekaz reklamowy. Możemy wybrać konkretne miasto, region czy wprowadzić współrzędne geograficzne. Google Ads umożliwia nam doprecyzowanie targetu i dostosowanie parametrów targetowania, takich jak wiek, płeć, zainteresowania czy zachowania online, aby zoptymalizować kampanię i dotrzeć do odpowiednich odbiorców* – tłumaczy ekspert z Commplace.

Kolejnym ważnym elementem, na jaki powinny zwrócić uwagę firmy ogrodnicze, są opinie w Internecie. Według badań BrightLocal, Google jest najpopularniejszym źródłem wiedzy i opinii o lokalnych firmach. Aż 87 proc. osób sprawdza je, zanim zdecyduje się na zakupy w konkretnym miejscu czy u konkretnej firmy. Dlatego tak ważne jest, by opinie o niej były pozytywne.

Firmy ogrodnicze mają obecnie doskonałą okazję do rozwoju i zwiększenia swojej popularności. Kluczem do sukcesu jest elastyczność, dostosowanie się do potrzeb klientów oraz wykorzystywanie nowoczesnych narzędzi marketingowych, takich jak media społecznościowe i e-commerce.

1. <https://www.oferteo.pl/raport/jakie-domy-budowano-w-polsce-w-2022-roku-czesc-1-raport> [↑](#footnote-ref-1)
2. Badania Otodom [↑](#footnote-ref-2)
3. Raport E-commerce 2022. IAB Polska [↑](#footnote-ref-3)