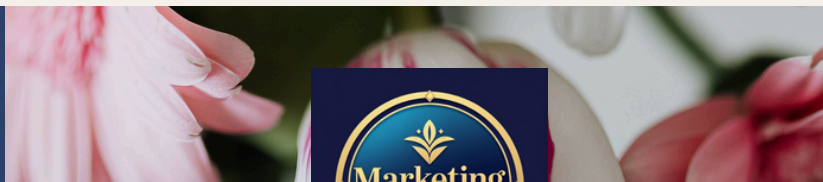




MARKETING EMPATYCZNY 3.0

W KWIACIARNI

*JAK BUDOWAĆ RELACJE, KTÓRE
KWIATNĄ JAK TWOJE BUKIETY*



By Małgorzata Mrozek



Wstęp

W branży kwiatowej nie sprzedajesz tylko kwiatów.

Pomagasz ludziom wyrażać emocje, mówić dziękuję,
kocham, przepraszam. . .

Każdy bukiet to historia – a każda historia zaczyna się od
człowieka.

Marketing Empatyczny 3.0 to strategia, która przypomina,
że biznes ma duszę, a relacja z klientem to nie transakcja,
tylko spotkanie dwóch ludzi.

Ten e-book powstał po to, by pomóc Ci spojrzeć na swoją
kwaciarnię inaczej – jak na miejsce, w którym klienci
wracają nie tylko po kwiaty, ale po doświadczenie.

Po chwilę czułości, piękna, spokoju.



Rozdział 1.

Kwiaty to emocje, nie produkt

W świecie pełnym pośpiechu i automatyzacji, kwaciarnia ma moc zatrzymania chwili.

Kiedy ktoś wchodzi do Twojego sklepu, nie szuka bukietu. Szuka sposobu, by coś powiedzieć.

Twoją rolą jest usłyszeć, co kryje się za tym zamówieniem. Czy to wdzięczność? Wzruszenie? A może smutek, który potrzebuje odrobiny światła?

Empatia w praktyce oznacza: widzieć człowieka, zanim zobaczysz klienta.

Nie musisz mieć skomplikowanego skryptu obsługi – wystarczy, że będziesz uważna i prawdziwa.



Rozmowa

Przykład rozmowy Nr. 1:

- Dzień dobry, chciałabym bukiet dla mamy.
- A jakim kolorem chciałabyś, żeby jej dzień dziś rozkwitł?



Takie pytania zatrzymują. Sprawiają, że klient czuje się zauważony.

A gdy klient poczuje się zauważony – wróci.

Przykład rozmowy 2 — Na przeprosiny

Klient:

- Chciałbym kupić coś... na przeprosiny.

Nie wiem, co będzie odpowiednie.



Rozmowa

Florystka:

— W takim razie możemy stworzyć kompozycję w jasnych kolorach — róż, biel, ewentualnie delikatne zielenie.

Czy ta osoba ma ulubione kwiaty? Lubi róże, czy może coś bardziej nietypowego?

Klient:

— Lubi piwonie.

Florystka:

— Wspaniale. Stworzę bukiet, który będzie ciepły i szczerzy
— idealny na przeprosiny.



Rozmowa

Przykład rozmowy 3 — Na pierwszą randkę

Klient:

— Szukam czegoś na pierwsze spotkanie.

Nie chcę przesadzić, ale chcę dać coś wyjątkowego.

Florystka:

— Piękny pomysł.

A proszę powiedzieć — jak chciałby Pan żeby ta osoba się poczuła?

Zaskoczona? Doceniona? A może po prostu zauważona?

Klient:

— Myślę, że zauważona. To dopiero początek.



Rozmowa

Florystka:

— W takim razie proponuję coś lekkiego, świeżego, bez zbyt mocnych symboli.

Może kilka kwiatów sezonowych, owiniętych w naturalny papier?

Taki „gest bez presji”.

Klientka:

— O tak, to idealnie brzmi.

Florystka:

— Dobrze, stworzymy mały, elegancki, „pierwszorandkowy” bukiet.

A jeśli spotkanie pójdzie dobrze — zapraszam na kolejny. Zrobimy już coś bardziej śmiałego.



Ćwiczenie dla Ciebie

Zapisz trzy pytania, które możesz zadać klientowi, by lepiej poznać jego intencję:

1.....

2.....

3.....

Pamiętaj – każde pytanie to otwarte drzwi do rozmowy, a każda rozmowa to początek relacji.



Rozdział 2.

Twoja marka z duszą

Aby Twoja kwiaciarnia była zapamiętana, potrzebuje nie tylko pięknych kwiatów, ale spójnej opowieści.

Opowieści, która zaczyna się od wartości, które są dla Ciebie ważne.

Wyobraźmy sobie fikcyjną markę:

Kwiaciarnia „Zielona Aura”

- Hasło: „Z kwiatów tworzymy Emocje”
- Styl: naturalny, ciepły, z nutą poezji.
- Kolory marki: zgaszona zieleń, krem, pudrowy róż.
- Ton komunikacji: serdeczny, refleksyjny, empatyczny.
- Doświadczenie klienta: zapach świeżych kwiatów, spokojna muzyka, uśmiech florystki.



Rozdział 2.

Twoja marka z duszą

Każdy szczegół – od logo po sposób pakowania – mówi coś o Twojej marce.

Dlatego tak ważne jest, by Twoja Księga Znaków (czyli mini tożsamość wizualna i emocjonalna marki) była spójna z tym, kim jesteś.

Klient zapamięta to, jak się u Ciebie poczuł, a nie tylko to, co kupił.





Rozdział 3.

8 pomysłów na empatyczny marketing w kwiaciarni

1. 🎁 Voucher z emocją

Stwórz bon podarunkowy, który daje więcej niż rabat.

Niech będzie małym gestem serca – z napisem:

„Podaruj komuś chwilę zachwyty.”

„Zasługujesz na kwiaty bez okazji.”

Estetyczne, pięknie zapakowane vouchery są też formą reklamy Twojej marki.

2. 🎂 Urodzinowe rabaty z duszą

Zaoferuj -20% dla solenizanta, -10% na bukiety imieninowe dla bliskich.

Dodaj do tego karteczkę:

„Dziękujemy, że świętujesz z nami.”

To nie tylko promocja – to budowanie rytuału powrotu.



Rozdział 3.

8 pomysłów na empatyczny marketing w kwiaciarni

3. 🌸 Zadaj magiczne pytanie

Zamiast standardowego „Jaki ma być bukiet?”,
zapytaj:

„Jakie kwiaty lubi ta osoba?”

„Co chcesz, żeby ten bukiet powiedział?”

Takie pytanie przenosi rozmowę na poziom emocji – a to jest serce empatycznego marketingu.

4. 🌟 Album wspomnień

Stwórz tablicę wdzięczności w kwiaciarni lub na Instagramie.

Publikuj (za zgodą!) zdjęcia klientów z ich bukietami.

Pokaż, że Twoje kwiaty mają swoje historie.



Rozdział 3.

8 pomysłów na empatyczny marketing w kwiaciarni

5. 📧 List do klienta

Dodaj do bukietu małą karteczkę z cytatem lub krótkim podziękowaniem:

„Dziękujemy, że pozwalasz nam upiększać Twój świat.”
Taki detal robi różnicę.

6. 🌸 Kwiat miesiąca

Każdy miesiąc może mieć swój wyjątkowy kwiat.
Opowiedz jego historię, symbolikę, ciekawostkę.
To sposób na subtelne edukowanie klientów i tworzenie rozmów wokół Twojej marki.



Rozdział 3.

8 pomysłów na empatyczny marketing w kwiaciarni

7. 🌿 Klub Przyjaciół Kwiaciarni

Utwórz kartę lojalnościową lub mini newsletter offline (np. drukowany bilecik co miesiąc).

Zaproś klientów na warsztaty lub spotkania tematyczne.

Niech Twoja kwiaciarnia stanie się społecznością.

8. ✨ Zaskocz detalem

Bukiet zapakowany w papier z cytatem.

Liścik z krótką afirmacją.

Mała próbka zapachu lub zioła dodane do bukietu.

Szczegóły sprawiają, że klient się uśmiecha. A gdy klient się uśmiecha – wraca.



Rozdział 4.

Jak wdrażać Marketing Empatyczny 3.0 w praktyce

Empatia nie wymaga wielkiego budżetu – tylko intencji.

Zacznij od małych kroków:

- Co tydzień wprowadź jeden nowy pomysł.
- Obserwuj reakcje klientów.
- Notuj, co ich najbardziej porusza.

Pamiętaj: relacja buduje sprzedaż, nie odwrotnie.

Twój cel to nie tylko większy obrót, ale więcej wdzięczności, więcej autentycznych rozmów, więcej serca w biznesie.

Empatyczna marka to taka, w której ludzie czują się dobrze – i to właśnie sprawia, że kwiaty sprzedają się same.



Bonus

Karta Wdrożeniowa – Twoje refleksje

Co dziś zrobię, by być bardziej empatyczna w mojej kwiaciarni?

.....
.....

Co mogę ulepszyć w relacji z klientem?

.....
.....

Jaką emocję chcę, żeby klient zabrał ze sobą po wyjściu?

.....
.....



Bonus

Zakończenie

Dziękuję, że sięgnęłaś po ten e-book.

Wierzę, że każdy biznes może mieć duszę, a każda kwiaciarnia – serce, które bije w rytmie relacji z ludźmi.

Niech Twoje kwiaty zawsze niosą emocje, a Twoja marka – empatię.

 Nie sprzedajesz kwiatów. Pomagasz ludziom mówić to, czego słowa nie potrafią.



Zaproszenie do współpracy

Chcesz stworzyć markę kwiaciarni, która przyciąga sercem, a nie promocjami?

Napisz do mnie — chętnie pomogę Ci zbudować Twoją własną, wyjątkową opowieść.



Kontakt: admin@malgorzathamrozek.eu



Instagram: [tu dodaj link]



Facebook: (link)



Cześć,
jestem Małgosia i zajmuję się
Budowaniem Marki oraz
wprowadzeniem Marketingu
Empatycznego 3.0- ucząc
strategii budowania bliskiej
relacji z klientem.



Konsultacja / rozmowa wstępna

Nie wiesz, od czego zacząć?

Umów się na bezpłatną rozmowę wprowadzającą (15 min) — pomogę Ci określić, czego potrzebuje Twoja marka, by rozkwitnąć.

👉 Zarezerwuj termin: [\[link do kalendarza\]](#)

Jeśli ten e-book był dla Ciebie inspiracją i chcesz stworzyć markę, w której najpierw widzi się człowieka, a później klienta — będę zachwycona, jeśli zostaniemy w kontakcie.

Napisz do mnie, opowiedz o swojej kwiaciarni, o swoich marzeniach i o tym, co chcesz zmienić.

Chętnie pomogę Ci stworzyć biznes, który naprawdę kwitnie.