

Floradantias virtuelle showroom

Floradantias virtuelle showroom er efter en testperiode online. Showroom'et er et moderne, IT-baseret tilbud til fx pressen, der ad den vej kan holde forbrugerne up to date med, hvad der findes i handlen her og nu fra de danske gartnerier

AF: LONE TAKLO,
FLORADANIA MARKETING,
LT@FLORADANIA.DK

Det virtuelle showroom, der blev søsat i 2010, er et resultat af et samarbejde mellem Danpot og Floradania Marketing. Når Danpot modtager information fra gartnerne om det aktuelle udbud, formidles udvalgte data videre til Floradantias hjemmeside i en form, der gør dem mere målrettede brugerne af websiden, samti-

dig med at de præsenteres i et miljø, der understøtter det eksisterende udtryk.

Vacuum fulgt op af virtuelt rum

Floradantias tidligere, fysiske showroom på Højmevej, der lukkede pr. 1.1.2010 efterlod et vacuum. Dette tomrum blev fulgt op af andre initiativer, herunder et brugerbetalt showroom på Holkebjergvej, som de mindre eksportører og plantefor- midlere administrerer i fællesskab.

Parallelt hermed gik andre aktører i branchen i gang at udvikle nye services ud fra en teknologisk funderet tilgang. Gennem et stykke tid har Danpot således understøttet "billeder på udbud"- services, som fungerer ved, at gartneren ud over at oplyse om tilgængelige kulturer tilligemed har mulighed for at supplere med billeder af de udbudte kulturer.

Fokus på stueplanter

Det er den oversigt, som Floradania nu i filtreret og poleret form tilbyder via sin hjemmeside. Eftersom det er Floradantias opgave at markedsføre danske pottedplanter, er det disse produkter, der er fokus på i det virtuelle showroom, hvor der kan søges på leverandør, slægt og art.

Derudover kan der søges på kategorier eller plantetyper, som ofte vil være en mere anvendelig tilgang for den knapt så botanisk funderede bruger.

Send et foto og vær synlig

For at en producent eller udbyder kan få vist sit udbud, og for at applikationen lever op til sit navn som virtuelt showroom, kræver systemet, at der følger et billede med. Derfor lyder opfordringen fra både Danpot og Floradania, at producenterne regelmæssigt sørger for at få fotograferet og opdateret deres kulturer, og ikke mindst sørger for at koder til billedlinks er rigtig sat op, da det virtuelle showroom først og fremmest er tænkt som et selvkørende tilbud til gartnerne.

Ved brug af billeder bliver planterne mere synlige over for pressen og dermed forbrugerne, mens andre professionelle brugere får et nyttigt værktøj til inspiration i deres arbejde. ■

Fakta om det virtuelle showroom

- Det virtuelle showroom findes på adressen www.floradania.dk / Branchenyt
- Det virtuelle showroom er udarbejdet med støtte fra GAU.

