

Grupul Floria, afaceri consolidate de 22 mil. lei în 2018. Floria.ro genereaza 30% din total, divizia B2B urca la 57%



Grupul Floria, unul dintre cele mai importante grupuri de firme ce activeaza în domeniul floristic în România, a crescut anul trecut cu 35% și a înregistrat o cifra de afaceri consolidata la nivel de Grup de 22 milioane de lei.

Grupul Floria are operațiuni în online, prin Floria.ro, în retail, prin cele 6 florarii Floria, precum și distribuție angro și amenajari peisagere.

Divizia B2B cuprinde vânzări engros către clienți tip key account (hypermarketuri și supermarketuri) și IMM (floriști, florarii și depozite de flori) și a generat 57% din veniturile grupului, respectiv 12.5 milioane de lei.

Dinamica pozitivă a diviziei B2B a fost susținută de evoluția vânzării depozitului de flori și plante și concentrarea pe distribuția către clienții cu volume mari, unde Grupul Floria lucrează deja cu lanțuri internaționale precum Carrefour, BricoDepot, Selgros și Mega Image.

”Anul trecut ne-am propus să ne focalizăm pe dezvoltarea către segmentul B2B, iar astăzi suntem principalul furnizor local de plante și flori pentru hypermarketuri și supermarketuri cu prezența în București și alte 25 orașe ale țării”, declară **Adrian Ciucur**, CEO Grup Floria.

Începând cu 2018, Grupul Floria acționează ca broker de flori activ la nivel național pe segmentul B2B și a devenit alternativa locală la brokerii de flori din Olanda.

Vânzările B2B către clienții key account se desfășoară prin echipa de vânzări dedicată, în timp ce vânzările către IMM se realizează prin intermediul platformei online de comenzi, în care floriiști și reprezentanții florariilor din toată țara pot comanda florile direct în florarie sau atelier.

”Sutele de mii de comenzi, preluate online de la clienți din toată țara și offline în cele șase florarii Floria din portofoliul nostru, ne asigură know how valoros privind preferințele românilor în materie de flori și obiceiurile de consum. Aceasta cunoaștere în profunzime a pieței locale ne permite să fim un partener eficient în relația cu marile lanțuri de retail”, adaugă **Adrian Ciucur**, CEO Grup Floria.

Floria.ro își menține ponderea de 30%, cu vânzări de 6.5 milioane de lei

Floria.ro, divizia online a Grupului Floria, și-a menținut ponderea în total la 30%, cu afaceri de 6.5 milioane de lei. Traficul pe dispozitive mobile a ajuns la 66%, în timp ce vânzarile înregistrate pe mobile au crescut cu 33%.

”Anul acesta ne îndreptăm și mai mult atenția către optimizare site-ului și creștere sustenabilă. Lucram deja la îmbunătățirea fluxului de achiziție și avem în plan schimbări ale versiunii de mobil, pentru adaptarea acesteia la comportamentul actual de consum. Promptitudinea serviciilor, alături de design-ul buchetelor, calitatea și prospețimea florilor sunt punctele pe care alocăm resurse permanente, astfel încât experiența clienților și a destinatarilor florilor să rămână foarte specială”, declară **Marina Popescu**, *Director General Floria.ro*.

În ceea ce privește preferințele clienților, aceștia și-au îndreptat atenția către buchetele cu volum considerabil și diametru de 25-30 cm, care combina flori de sezon diverse. Cele mai vândute au fost buchetele *Vise colorate*, *Pasiune inocentă* și *Dragoste Nemarginită*, topul fiind identic cu cel înregistrat în 2017.