

Sergio Polo, responsable de Arganum Natural Madrid

“La clave para que un servicio sea más exclusivo reside en el trato y la experiencia positiva recibida”

Hace menos de un año que este herbolario madrileño abrió sus puertas. Para su responsable, lo más importante es conseguir que el cliente tenga una experiencia satisfactoria tras su paso por el local. A pesar de que la pandemia ha provocado cambios en la vida cotidiana, también ha hecho que aumente el interés por los productos naturales y las compras sostenibles



A medida que fue creciendo, Sergio Polo, gerente de Arganum Natural, un herbolario ubicado en la zona sur de Madrid, se fue interesando cada vez más por la medicina natural y las alternativas a lo convencional en áreas como la alimentación y la cosmética. En general, el cuidado de la salud siempre ha estado presente en la vida laboral y personal del responsable, ya que durante años ha trabajado en centros de fitness

y wellness, hasta que en 2021 decidió dirigir su propio establecimiento.

El responsable se define como un apasionado de las plantas y la naturaleza, algo que le viene de familia: “En mi casa siempre se utilizaban remedios con plantas, desde la manzanilla, para aliviar dolores de tripa o limpiar los ojos en caso de conjuntivitis, hasta masajes con aceite de romero, para los dolores”.

Hace casi un año que este profesional de la medicina natural pudo finalmente abrir las puertas de su herbolario “para hacer realidad un sueño”, comenta. “Tras un paréntesis en 2020, decidí crear un proyecto donde fusionar todo lo aprendido sobre atención al cliente, trato personal y salud en general, junto a mis conocimientos sobre la fitoterapia y las Terapias Naturales”, relata Sergio.



“Para el pequeño herbolario de toda la vida la situación se ha complicado porque ahora hay que competir con supermercados que ofrecen productos de herbodietética y macro herbolarios”

Además de contar con la vocación que caracteriza su trabajo, Sergio está formado en fitoterapia, dietética natural, quiromasaje y en técnicas como masaje oriental, pindas y piedras calientes, servicios que también ofrece en el establecimiento.

Una experiencia agradable

El interés por el cuidado de la salud y las Terapias Naturales está en auge y “cada vez son más las personas que recurren a ello y que se interesan por cuidar su bienestar”, asegura Sergio.

Sin embargo, “para el pequeño herbolario de toda la vida la situación se ha complicado porque ahora hay que competir con supermercados que ofrecen productos de herbodietética y macro herbolarios”.

El público habitual de Arganium Natural es muy variado y los productos que adquiere cada grupo de edad son muy específicos: “Acude gente mayor que sigue recurriendo a sus hierbas y que busca cuidar su salud y gente joven que se preocupa por su imagen y su alimentación”, relata el responsable. Sin embargo, Sergio admite que “en general todos los clientes tienen interés por lo ecológico y las compras sostenibles”.

Para el gerente lo más importante es cuidar al cliente que acude sin dejar de atender los detalles de su pequeño rincón natural. En este sentido, el objetivo último del responsable es muy claro: “Conseguir que el paso del usuario por el local sea una experiencia agradable por el servicio y la calidad”. De esta for-

TODO LO QUE NECESITAS ES BIOCULTURA®

4-6 marzo
EXPOCoruña

BioCultura

Feria de productos ecológicos y ecoturismo



ECO-TURISMO ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA
COSMÉTICA ECO MODA SOSTENIBLE
ECO-ESTILO DE VIDA

biocultura.org

@biocultura

Compra tu entrada



Organizan



Con el apoyo de

“Aunque los productos se demandan según la época del año, la venta de artículos relacionados con el estrés, la ansiedad, el insomnio, la caída del cabello o los problemas de la piel se mantiene estable”

ma, en Arganium Natural es imprescindible el cuidado del orden, la música, el olor y la colocación del producto, de manera que “todo sea agradable y la experiencia final satisfactoria”.

“La clave para que un servicio sea más exclusivo reside en el trato y la experiencia positiva recibida”, asegura Sergio. Asimismo, subraya que “se debe poner interés en las demandas de cada cliente y ofrecer un servicio amplio”. Y añade: “Da igual que tengas el mejor local, un género exclusivo o una ubicación excepcional si no tienes un buen trato con el cliente, porque buscará lo que quiere en otro lugar”, concluye.

Todo en uno: productos, tratamientos, clases y charlas

El proyecto de Sergio parte de la idea de crear un concepto de establecimiento donde el cuidado en general, la salud, la alimentación y las terapias se den la mano con la naturaleza, la sostenibilidad y la ecología.

La tienda cuenta con una gran variedad de productos, ya que “no sólo encontramos los de herbodietética y fitoterapia, sino que también hay artículos de importación como bisutería, decoración, cosmética natural y alimentación ecológica”. A pesar de que tradicionalmente “los productos se demandan según la época del año”, Sergio admite que ha observado la huella que la pandemia ha dejado, motivando que los artículos relacionados con el estrés, la ansiedad, el insomnio, la caída del cabello o los problemas de la piel sean los más solicitados en todo momento.



Además de dirigir el herbolario, organizar los pedidos del mismo y controlar en general todo lo que ocurre dentro del establecimiento, Sergio también pasa consulta y gestiona ‘El sótano verde’, un blog donde vuelca todas sus experiencias y conocimientos para compartirlos con sus pacientes.

En Arganium Natural también se realizan tratamientos, clases y charlas de profesionales autónomos que ofrecen servicios relacionados con las Terapias Naturales. Dentro del lugar, Sergio cuenta de manera habitual con Yolanda Sopeña, que realiza terapias Ayurveda y se encarga de las clases de yoga que se imparten, y con Chema Molina, fisioterapeuta y entrenador personal. Reduan Hamido, por su parte, es el director de la franquicia Arganium y, además de dar soporte a la tienda, es nutricionista y experto en fitoterapia.

La limpieza facial ayurveda es uno de los servicios más demandados por los usuarios,

subraya el responsable, ya que “tiene un precio asequible, dura una hora y media, se realiza en un entorno agradable y todos los productos utilizados son naturales”. Algunos de ellos son el barro, las algas y los aceites esenciales, “que no aportan ningún químico”, concluye el gerente.

La utilidad de las redes sociales

La revolución tecnológica de todos los sectores de la economía es un hecho. Los establecimientos tienen que adaptarse a esta nueva era donde las redes sociales cumplen un papel primordial, tanto de cara a la comunicación, como a la venta de productos y servicios. El gerente del herbolario admite que se han convertido en “una ventana hacia el público”.

Aunque actualmente no tienen punto de venta web, Sergio sostiene que a través de las redes sociales aparecen nuevos clientes de diferentes puntos de España, interesados por los artículos de la tienda: “Hay personas que nos han escrito acerca de un producto concreto y en algunos casos hemos mandado lo que solicitaban, ya que ofrecemos el servicio de envíos”.

De cualquier manera, el responsable manifiesta que es importante cuidar la imagen del herbolario en redes sociales porque estas son útiles para presentar los productos y servicios que se ofrecen en Arganium Natural “creando comunidad e interés por lo que se hace en él”, concluye. Para conseguirlo, el establecimiento cuenta con la ayuda profesional de Antonio Moral, el responsable de gestionar y construir esta comunidad online que se forma entre el blog y las redes sociales.



“Las redes sociales consiguen crear comunidad y hacer que la gente se interese por lo que se ofrece en el herbolario”