



# Herbolario Miel de Mar, de nacer hace tres meses a vender a nivel nacional

*José Manuel Cabrera y Ángela María, encargados del establecimiento, nos abren las puertas de este rincón natural ilusionados. En apenas tres meses de funcionamiento, ya venden a nivel nacional y no paran de crecer día a día. Descubrimos la clave de su éxito*

**A** un paso de la Playa de los Narejos, en el municipio murciano de Los Alcázares, nos encontramos el herbolario Miel de Mar, puesto en marcha hace tan solo tres meses. Tras un problema de salud que José Manuel sufrió el pasado mes de noviembre, ambos decidieron comenzar este proyecto para apostar por un estilo de vida más saludable.

“Nunca se nos había pasado por la cabeza abrir un herbolario, pero cuando tuvo ese problema de salud, quisimos cambiar algunos hábitos en la alimentación y, tras adquirir productos en otro herbolario del pueblo, a José Manuel se le ocurrió la idea de abrirlo”, explica Ángela.



**“Realizamos varias publicaciones al día, tanto en Instagram como en Facebook, promocionando el producto o hablando de un tema concreto”**



Si preguntas a Ángela por sus quehaceres diarios en “el rinconcito natural”, como ella lo llama, no duda en responder que “lo primordial es la organización y poner la tienda a punto para acoger a sus clientes, los grandes protagonistas”, afirma. Recibir el género, preparar pedidos y verificar que las estanterías estén completas y organizadas son algunas de las tareas que hace cada mañana al llegar. Ya que, para que el cliente tenga la mejor experiencia posible, “todo debe estar en su sitio”, apostilla.

Ella es la responsable de atender al público y nos cuenta que existen dos perfiles de cliente bien diferenciados. Por un lado, hay una gran mayoría de compradores que “acude por un producto específico, es decir, saben lo que quieren y de qué marca lo desean”. Y luego hay otro grupo más reducido de consumidores que vienen y se deja asesorar para encontrar el artículo que mejor cubra sus necesidades.

Para Ángela, la mejor atención que se le puede ofrecer al cliente es la escucha activa, “porque así sabrás interpretar y asesorar de una manera honesta, y no vender por vender”, apunta. Y añade que la actitud positiva y la predisposición son cualidades esenciales en la relación con el consumidor: “El cliente debe sentir que se le escucha y que está bien atendido”. En definitiva, “una buena atención siempre atrae personas”, concluye.

### **Las redes sociales son la clave**

Además de la logística y la operativa del día a día, en sus tareas han dejado un hueco para invertirlo en divulgar información de los servicios del herbolario a través de las redes sociales: “Realizamos varias publicaciones al día, tanto en Instagram como en Facebook, promocionando el producto o hablando de un tema concreto”, subraya Ángela.

Ambos ven un futuro esperanzador gracias a las posibilidades que ofrece

esta enorme red de comunicación. Y, en su opinión, las ventas han aumentado y ya suministran productos “en todo el territorio nacional” a través de su página web: “Queremos crecer, y por eso nos movemos mucho por redes sociales. Nuestro proyecto de futuro es conseguir hacernos un hueco en el sector”, aseveran.

Para conseguir sus objetivos, Ángela explica que cada día analizan cómo poder llegar a más gente y, la prueba de ello, es que la responsable se está formando en áreas digitales “para adquirir conocimientos” con los que seguir creciendo, “porque a través de esa vía te puede conocer muchísima gente”, concluye.

A pesar de que la propietaria ya poseía algunos “conocimientos empíricos” del sector, apunta que cuando surgió la idea de crear el herbolario comenzó a formarse en “nutrición y herbodietética”. Y añade: “A día de hoy es un aprendizaje constante porque

**“Cada vez hay más personas que quieren cuidarse de una manera más natural y demandan plantas, complementos y productos para el control de peso”**



**“La mejor atención que se le puede ofrecer al cliente es la escucha activa, porque así sabrás interpretar y asesorar de una manera honesta, y no vender por vender”**

todos los días nos informamos para poder aconsejar mejor a los clientes”.

Sin embargo, cuenta que en muchas ocasiones también aprende en la propia tienda gracias a las experiencias de los clientes: “Soy una fiel creyente de que el aprendizaje más valioso es el de campo, el del día a día, y la práctica”, subraya.

### Diversidad de productos

Ángela señala que el Herbolario Miel de Mar cuenta con un poco de todo: suplementos alimenticios, vitaminas, dietética, nutrición, todo lo relacionado con plantas, alimentación (incluso para mascotas), cosmética natural y bebidas.

En cuanto a las marcas que utiliza, la responsable explica que han optado por innovar y elegir algunas marcas menos conocidas para tratar de diferenciarse de los otros dos establecimientos que hay en el pueblo, pero “manteniendo la razón de ser del herbolario”.

Las estanterías del establecimiento se encuentran bien marcadas, para que el cliente sepa en todo momento en la sección en la que se encuentra

y pueda adquirir los productos más cómodamente.

En cuanto a los artículos más demandados, Ángela explica que en estos momentos destacan los suplementos vitamínicos y los productos de dietética: “Cada vez hay más personas que quieren cuidarse de una manera más natural y demandan plantas, complementos y productos para el control de peso”, puntualiza.

Ángela está convencida de que cada vez hay más personas concienciadas en la importancia de cuidar nuestra salud: “Viene mucha gente pidiendo productos para fortalecer su sistema inmunológico, y, para conseguirlo, quieren artículos naturales, o acuden interesados en alimentos sin gluten o ecológicos”, relata.

En este sentido, la propietaria de Miel de Mar se siente segura y feliz porque cree que el estilo de vida que ofrece su herbolario va en aumento: “Estamos muy contentos y muy ilusionados con el herbolario, porque todo está fluyendo de una manera muy natural y muy bonita”, concluye orgullosa. ■