



# Как вовлекать покупателей в бережные инициативы компании



Лариса Петракова,  
основательница магазина товаров без упаковки

## Как рассказать о необычном магазине тем, кто не слышал о таком формате

- Общаться в соцсетях.** Магазин рассказывает подписчикам об органическом земледелии и раздельном сборе вторсырья. А ещё — об экопривычках, которые легко ввести в свою жизнь.
- Проводить лекции.** Zero Waste Shop устраивает лекции и книжный экоклуб, организует группу психологической поддержки.
- Организовывать фестивали.** Магазин проводил фестивали с маркетом, на которые приглашал другие экопроекты, лекторов и активистов. Таким образом вокруг него сформировался кружок дружественных проектов, разделяющих его ценности.
- Проводить акции.** Например, Zero Waste Shop провёл акцию «Фружба». Они предлагали покупателям магазинов подружить фрукты — купить яблоки и апельсины в один пакет вместо двух. По итогам — более 90 миллионов просмотров в СМИ, а продажи в магазине выросли практически в два раза.
- Общаться с клиентами.** Когда в магазин приходят покупатели, незнакомые с концепцией Zero Waste, о ней нужно рассказать. А ещё объяснить экономические выгоды: да, многоразовая бутылка для воды стоит дороже пластиковой, но она сэкономит больше денег в перспективе.

**METRO**



Академия устойчивого развития  
для малого и среднего бизнеса

теперь (так)