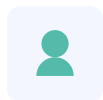




# Как вовлекать покупателей в бережные инициативы компании



Анна Щепилова,  
руководитель отдела корпоративных  
и внешних коммуникаций METRO Россия

## Чек-лист: как вовлечь аудиторию в инициативы бренда

- **Реализуйте инициативы, которые «лечат боли» бережных потребителей.** Если в регионе только развивается система раздельного сбора мусора, помогите аудитории разобраться с тем, как она устроена и как ей пользоваться. Но сначала убедитесь, что ваш бизнес вовлечён в развитие этой системы.
- **Дополняйте бережные акции образовательным контентом,** не ограничивайтесь рассказом о том, какие вы молодцы. Научите клиентов утилизировать ваши упаковки, рассказав, как устроен процесс сбора вторсырья и зачем он нужен. Помогите им почувствовать, что они что-то узнали, поняли и тоже молодцы.
- **Откажитесь от одностороннего вещания об инициативах.** Рассказывать о своих инициативах — хорошо, а вовлекать в разговор своего потребителя — лучше. Собирайте комментарии и инициируйте дискуссии.
- **Создайте пространство свободного общения.** Чтобы покупатели, которых интересует тема бережного потребления, могли общаться с вашей компанией и вносить предложения. Начать можно с общения в соцсетях.
- **Вовлекайте в свои инициативы другие компании, которым близки ваши ценности.** Объединяйтесь с некоммерческими проектами. Партнёрства позволяют создавать продуманные и многогранные продукты и укреплять свою репутацию в глазах аудитории.
- **Делайте покупателей партнёрами.** Они могут стать амбассадорами вашей инициативы, если будут вовлечены в её создание. Приглашайте блогеров и покупателей на производство, давайте им возможность выбрать, какой проект вы будете реализовывать дальше.
- **Показывайте, как сотрудники и руководство компании участвуют в инициативах.** Регулярная рубрика в социальных сетях о людях в компании поможет начать рассказ.

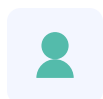


Академия устойчивого развития  
для малого и среднего бизнеса

теперь (так)



# Как вовлекать покупателей в бережные инициативы компании



Анна Щепилова,  
руководитель отдела корпоративных  
и внешних коммуникаций METRO Россия

## С чего начать:

- 1 Узнайте у покупателей, какие темы им ближе всего.** Проведите опрос в соцсетях или опросите тех, кто приходит к вам лично.
- 2 Предложите вместе придумать инициативу,** которая позволит положительно повлиять на среду и общество. Устройте совместную встречу и обсудите возможные идеи. Не давайте обещания, которые не сможете исполнить. А те идеи, которые вы посчитаете интересными, обязательно реализуйте.
- 3 Отчитайтесь об успехах,** подсветите участие аудитории в инициативах.



Академия устойчивого развития  
для малого и среднего бизнеса

теперь (так)