Skills4Retail
Building sustainable growth



Modul IV – Comunicarea și educarea consumatorului

22 octombrie 2024

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are, however, those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Co-funded by the European Union

Agendă

4.1. Strategii de marketing durabil

- Comunicarea eficientă a practicilor de durabilitate către consumatori
- Crearea campaniilor de marketing care evidențiază angajamentul față de responsabilitatea socială și mediul înconjurător

4.2. Educarea consumatorului

- Dezvoltarea programelor de educație pentru consumatori privind alegerile durabile
- Implicarea consumatorilor în inițiativele de durabilitate

Co-funded by the European Union

Exista confuzii între durabilitate, responsabilitate socială și mediul înconjurător?



Durabilitatea se referă la **capacitatea de a satisface nevoile prezente fără a compromite posibilitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi.**

Responsabilitatea socială corporativă (CSR) se referă la **angajamentul unei companii de a acționa în mod etic și de a contribui la dezvoltarea economică, îmbunătățind în același timp calitatea vieții angajaților, comunității și societății în ansamblu.**

Protecția mediului se referă la **acțiunile și măsurile care sunt luate pentru a conserva și proteja resursele naturale și ecosistemele de impactul negativ al activităților umane**.

Co-funded by the European Union

Confuzii comune

- **Durabilitate = Protecția mediului**
- **CSR = Durabilitate**
- **Protecția mediului = CSR**



Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth



Comunicarea eficientă a practicilor de durabilitate către consumatori

Strategiile de marketing durabil implică comunicarea eficientă a practicilor și valorilor de durabilitate către consumatori.

Acest lucru poate include utilizarea etichetelor ecologice și a sigiliilor de certificare pentru a evidenția caracteristicile durabile ale produselor, informarea clienților despre inițiativele și angajamentele de durabilitate ale companiei și oferirea de informații clare și transparente despre impactul asupra mediului al produselor și proceselor comerciale.

Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

Comunicarea eficientă a practicilor de durabilitate către consumatori

Metode esențiale pentru a asigura această comunicare:

- ✓ Utilizarea etichetelor ecologice și a sigiliilor de certificare
- ✓ Informarea clienților despre inițiativele și angajamentele de durabilitate ale companiei
- ✓ Oferirea de informații clare și transparente despre impactul asupra mediului

Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

- ✓ Storytelling și Autenticitate
- ✓ Colaborarea cu Influenceri și Ambasadori ai Sustenabilității

  Ambasadori ai brandului: Colaborarea cu experți sau personalități cunoscute pentru activismul lor în domeniul „verde”.
- ✓ Utilizarea Social Media și a Conținutului Vizual
- ✓ Programe de Reciclare sau Reutilizare

Inițiative de tip „buy-back”

Co-funded by
the European Union

✓ Crearea de Produse și/sau Inițiative „Verzi” Vizibile

Deschidem Vinul Românesc

“Deschidem Vinul Românesc” este un program pe termen lung, de susținere a producătorilor locali de vinuri care își propune să aseze vinul românesc pe harta internațională a vinurilor și să-l transforme într-un brand de țară.

Câtă valoare găsim noi, românii, în vinul nostru? L-am redescoperit cu ochii de acum sau a rămas prins într-o poză îngalbenită de timp? Ne putem reconecta la gustul românesc prin toate aceste filtre și topuri internaționale care ne țin noul vin la înălțime, însă doar printre cunoscători?

E o discuție importantă despre vin pe care noi considerăm că este și cazul și momentul să o deschidem. E despre gust oltenesc, despre pământ moldovenesc, despre soare dobrogean, despre răcoare din Ardeal. Despre rouă, despre dulceață, despre ani buni, despre anii cei mai buni. E o poveste despre ce a fost dar, mai ales, e o poveste despre tot ce ar putea să fie.

“Deschidem Vinul Românesc” pentru că și vinul și românii merită asta.



Co-funded by the European Union



Crearea campaniilor de marketing care evidențiază angajamentul față de responsabilitatea socială și mediul înconjurător

- **Retailul responsabil utilizează campanii de marketing pentru a evidenția angajamentul față de responsabilitatea socială și mediul înconjurător.**

- **Aceste campanii pot include mesaje și imagini care promovează practicile de durabilitate ale companiei, implicarea în comunitate și sprijinirea cauzelor sociale și ecologice, și comunicarea progreselor și realizărilor în domeniul durabilității.**

Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

Crearea campaniilor de marketing care evidențiază angajamentul față de responsabilitatea socială și mediul înconjurător

Campaniile de marketing pot include mesaje și imagini variate, care subliniază eforturile de durabilitate ale companiei, astfel:

- ✓ campaniile de marketing trebuie să utilizeze mesaje clare și imagini sugestive
- ✓ consumatorii apreciază companiile care se implică activ în comunitate și susțin cauze sociale și ecologice
- ✓ este important să se comunice progresul și realizările în domeniul durabilității

Co-funded by the European Union



Ce este cel mai important pentru consumator în astfel de campanii?

- ✓ **Transparența**
- ✓ **Autenticitatea**
- ✓ **Beneficiile tangibile**
- ✓ **Implicarea personală**

Co-funded by
the European Union

Exemplu: campania de marketing durabil a companiei "Magazinul Verde"

"Magazinul Verde," un retailer fictiv, a implementat cu succes strategii de marketing durabil pentru a comunica angajamentele sale față de mediu și responsabilitatea socială



Co-funded by
the European Union



- utilizează etichete ecologice pe toate produsele sale durabile, inclusiv certificările "Organic" și "FSC". Aceste etichete sunt vizibile pe ambalaje și în materialele promoționale, asigurând consumatorii că produsele au fost obținute în mod responsabil;

- pe site-ul web al companiei există o secțiune dedicată durabilității, unde sunt prezentate detalii despre inițiativele de sustenabilitate ale companiei. De asemenea, Magazinul Verde publică un raport anual de sustenabilitate care detaliază progresul și obiectivele viitoare;

- a lansat campania "*Grijă pentru natură, grijă prntru tine* ", care promovează practici de durabilitate prin mesaje inspirate și imagini sugestive. Campania include videoclipuri cu angajați care povestesc despre eforturile companiei de a reduce impactul asupra mediului și afișe care promovează produsele sustenabile disponibile în magazin;

- colaborează cu organizații locale pentru a planta copaci și pentru a organiza evenimente de curățenie a comunității. Aceste inițiative sunt promovate prin intermediul rețelelor sociale și al materialelor de marketing, evidențiind angajamentul Magazinului Verde față de mediu și comunitate.

- comunică periodic progresele realizate în domeniul durabilității prin newslettere și postări pe blog. Aceste actualizări includ informații despre reducerea emisiilor de carbon, economiile de energie și creșterea utilizării materialelor reciclate.

Skills4Retail
Building sustainable growth

Co-funded by
the European Union

https://carrefour.ro/corporate/responsabilitate-sociala/comunitate



„Academia Carrefour. Sănătate, Educație și Terapie (SET) pentru copii și tineri cu dizabilități”

Prin proiectul „Academia Carrefour. Sănătate, Educație și Terapie (SET) pentru copii și tineri cu dizabilități” urmărim alături de partenerii noștri de la Fundația FARA îmbunătățirea calității vieții copiilor și tinerilor cu dizabilități. Am sprijinit Fundația FARA în amenajarea de grădini terapeutice, în organizarea, împreună cu specialiști în nutriție, psihologi și pediatri, de activități pentru ca hrana sănătoasă să fie parte din cotidian și oferim sprijin alimentar de bază familiilor care au în grijă cel puțin o persoană cu dizabilități din comuna Cacica, județul Suceava.

Această abordare este complementară programului terapeutic, pentru a atinge starea de bine în toate aspectele legate de sănătatea fizică și mintală.

Prin acest proiect susținem 158 de persoane, printre care tineri cu dizabilități, rezidenți în Casa Elisabeta, Cacica, familii care au în grijă cel puțin o persoană cu dizabilități din Cacica și copii cu dizabilități care primesc servicii specializate în Centrul de zi, Terapie și Recuperare Emanuel din Suceava.

Co-funded by the European Union

AVANTAJE?



Co-funded by
the European Union



4.2. Educarea consumatorului

Dezvoltarea programelor de educație pentru consumatori privind alegerile durabile

Pentru a promova achizițiile responsabile și conștientizarea asupra impactului asupra mediului, este esențial să se dezvolte programe de educație pentru consumatori.

Aceste programe pot include materiale educaționale, seminarii, workshop-uri și resurse online care să informeze consumatorii despre impactul diferitelor alegeri de consum asupra mediului și asupra comunităților, și să îi îndrume să facă alegeri mai durabile și responsabile.

Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth



Implicarea consumatorilor în inițiativele de durabilitate

În plus față de educație, implicarea directă a consumatorilor în inițiativele de durabilitate este crucială pentru promovarea schimbărilor de comportament și pentru generarea unui impact pozitiv în comunitate. Acest lucru poate include programe de implicare și voluntariat în proiecte ecologice și sociale, participarea la campanii de sensibilizare și acțiuni de advocacy pentru promovarea politicilor și practicilor durabile și furnizarea de feedback și sugestii către companii și instituții pentru îmbunătățirea practicilor lor.



Co-funded by
the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

Dezvoltarea programelor de educație pentru consumatori privind alegerile durabile



Educarea consumatorilor cu privire la alegerile durabile este esențială pentru promovarea unui comportament responsabil și conștient de impactul asupra mediului.

Prin dezvoltarea unor programe de educație bine structurate, retailerii pot să își informeze clienții despre importanța sustenabilității și să îi îndrume către practici mai prietenoase cu mediul prin:

- **Materiale educaționale**
- **Seminarii și workshop-uri**
- **Resurse online**

Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

Implicarea consumatorilor în inițiativele de durabilitate

Implicarea **directă** a consumatorilor în inițiativele de durabilitate poate crea o legătură puternică între aceștia și brand, și poate încuraja un comportament mai responsabil. Această implicare poate lua mai multe forme:



- **Programe de voluntariat**
- **Campanii de sensibilizare care pot fi folosite pentru a informa și mobiliza consumatorii în jurul unor cauze specifice de sustenabilitate**
- **Feedback și sugestii**

Co-funded by the European Union

Exemplu: programul de educație și implicare al companiei "EcoShop"

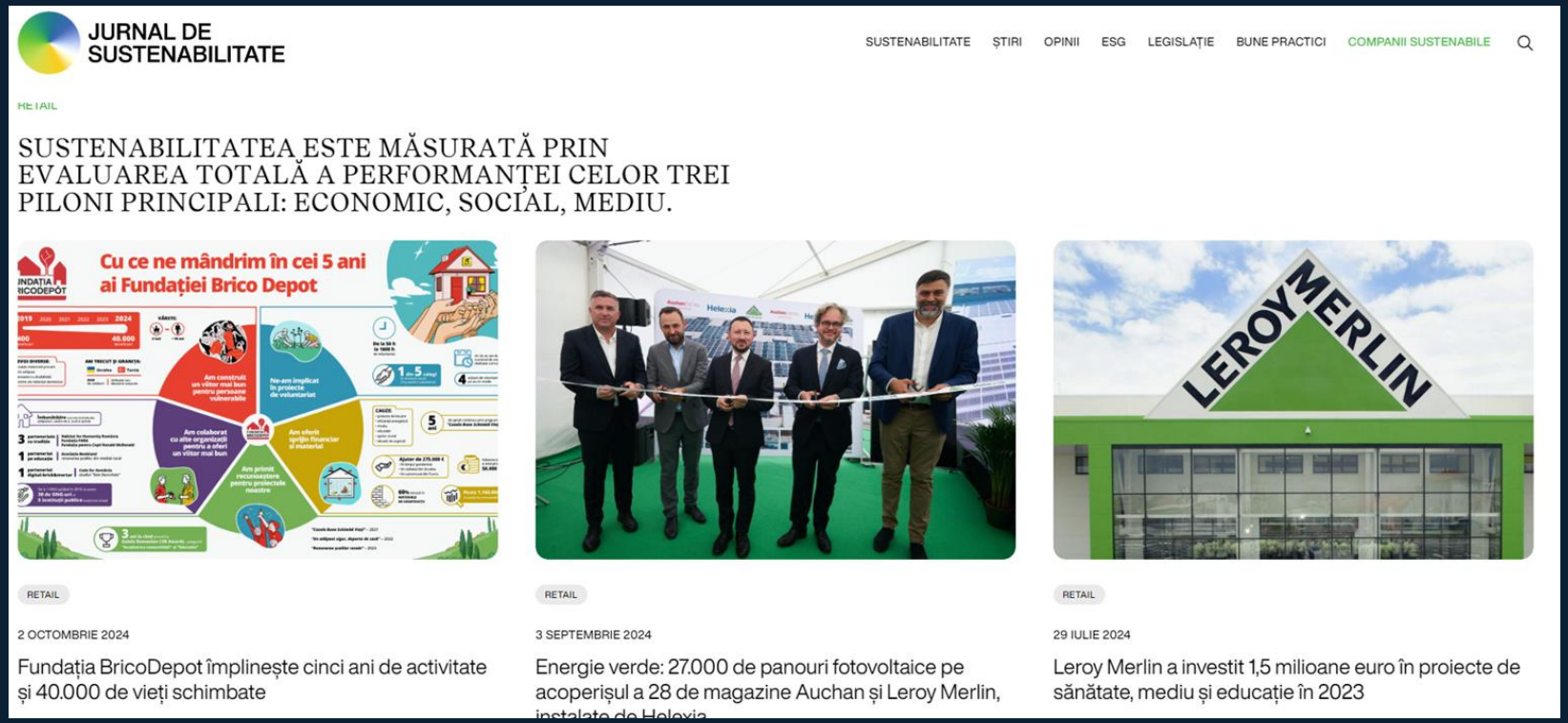
”EcoShop”, un retailer fictiv de produse ecologice și sustenabile, a dezvoltat un program de educație și implicare pentru consumatori, denumit "SensibilizareEco", prin care ”EcoShop”:

- a creat o serie de broșuri informative disponibile în magazine și pe site-ul lor
- organizează lunar workshop-uri gratuite în magazinele lor, unde experți în sustenabilitate și mediu discută subiecte precum reducerea deșeurilor, compostarea la domiciliu și utilizarea energiei regenerabile
- pe site-ul EcoShop, există o secțiune extinsă dedicată educației durabile. Aceasta include articole, videoclipuri educative și un blog cu postări săptămânale
- colaborează cu organizații non-profit pentru a organiza acțiuni de voluntariat, cum ar fi plantarea de copaci și curățenia râurilor locale
- a inițiat campania "Reduce, Reutilizează, Reciclează" care se bucură de un mare succes
- a implementat o platformă online unde consumatorii pot oferi feedback și sugestii.

Co-funded by the European Union

Exemple de bune practici:

https://jurnaldesustenabilitate.ro/articole/companii-sustenabile-in-romania/retail/



Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth





Co-funded by
the European Union

ÎNTREBĂRI..





Skills4Retail
Building sustainable growth

Co-funded by
the European Union