

КАК ПОСЧИТАТЬ БИЗНЕС-ЭФФЕКТ ИМИДЖЕВЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ



БЕЗОПАСНЫЙ РЕМОНТ

ЛЕМАНА ПРО x АВИТО УСЛУГИ X АПТЕКИ «СТОЛИЧКИ»

Проблема

Каждый **третий** мастер-любитель и каждый **второй** профессиональный мастер сталкивались с травмами при ремонте.

51% покупателей считают, что информации о безопасной эксплуатации товаров недостаточно.

Цели

- Снижение бытового травматизма и формирование культуры безопасного ремонта в России.
- Привлечение внимания к СИЗам и содействие росту спроса и продаж.

О чем проект

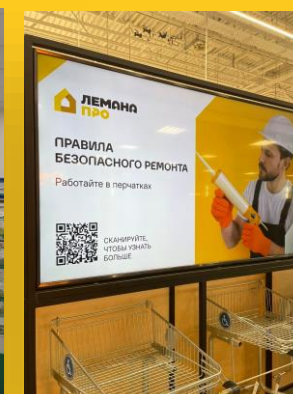
Первый в России комплексный просветительский медиапроект в сфере безопасного ремонта в коллаборации трех брендов.

Как продвигали

- Памятка «Правила безопасного ремонта»
- Спецраздел «Безопасный дом» в корпоративном бренд-медиа «Лемана ПРО»
- Вирусный анимационный ролик
- Интерактивные и встроенные digital-форматы партнеров
- Продвижение в офлайн-каналах партнеров (магазины, аптеки)
- Медиаподдержка

Результаты

- +3%** продажи СИЗов г/г
- +16%** рост просмотров карточек товаров травмоопасных категорий
- 79%** пользователей скачали и используют памятку или планируют это сделать
- >110** публикаций в медиа
- >40 млн** охват



PR-КАМПАНИЯ «ЗЕЛЕННЫЕ ТОВАРЫ»

Вместе с клиентами и сотрудниками развиваем культуру ответственного потребления и образа жизни

«Зеленые» товары – это

- Сырьё из ответственных источников
- Ответственное производство
- Безопасно для окружающей среды
- Безопасно для человека
- Функциональность товаров
- Продление срока службы



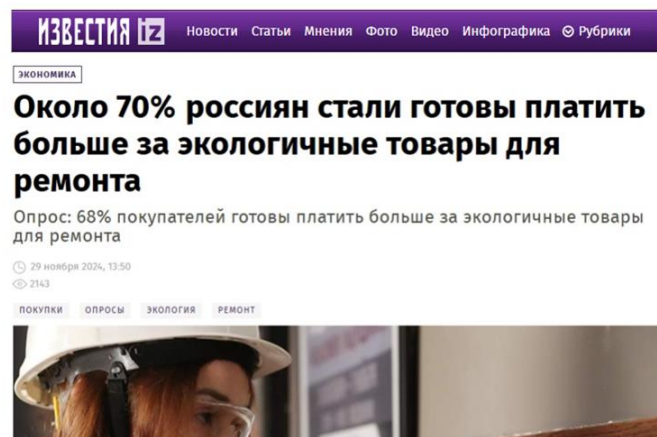
3 блока работы

PR-кампания в медиаканалах

Маркетинговое продвижение: POS-материалы в магазинах, SMM и диджитал

Внутренняя коммуникация (40 тыс. сотрудников)

ИЗВЕСТИЯ



Результаты

x2

доля продаж «зелёных» товаров к 2023 г. (>40%)



лидерство в сегменте по атрибуту «экологичный»

+41%

выросло знание сотрудников

27%

сотрудников приняли участие в активностях

>260

публикаций

54 млн

охват



ВЫБРАСЫВАТЬ НЕЛЬЗЯ СДАВАТЬ

О чем проект:

Формирование привычек PCO и спроса на товары с содержанием вторсырья.
Разрушение мифов о PCO и низком качестве/опасности товаров со вторичкой.

78% опрошенных сортируют отходы, но лишь 21% делают это регулярно

39% – недостаток информации

14% считают менее качественными

11% — опасными или неэкологичными

Как продвигали:

Открытие совместных пунктов PCO «Лемана ПРО» × GRASS.

Пресс-тур Путь отходов

Пресс-тур на завод по переработке упаковочной плёнки.

Круглый стол с участием РЭО и экспертов.

Консультант по PCO в гипермаркете «Лемана ПРО».

Медиаподдержка в СМИ, у блогеров и в новых медиа.

Результаты:

12% рост продаж товаров с содержанием вторсырья

10% рост объема собранного вторсырья через пункты PCO «Лемана ПРО»

2% снижение доли нецелевых отходов в пилотном пункте с экоконсультантом

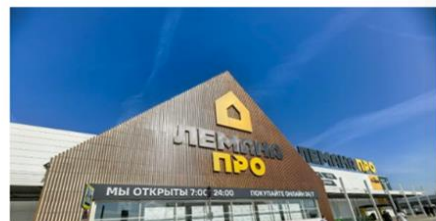
>600 публикаций

>15 млн охват кампании

«Лемана ПРО»: 68% россиян готовы платить больше на 5–20% за товары с содержанием вторсырья



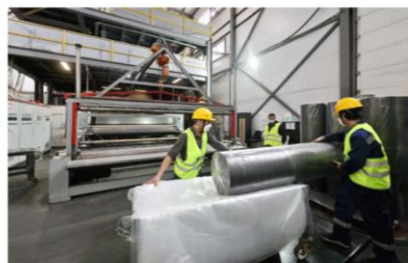
63% опрошенных россиян делают выбор в пользу товаров с содержанием вторичного сырья, в то время как 37% потребителей не обращают на это внимание. При этом 68% участников опроса готовы платить больше на 5–20% за товары с содержанием вторсырья, в то время как треть (32%) не считают это оправданным.



Эпоб. Новости Бизнес Технологии Прямые Жирные Нумерация Подстрочные Ссылки Версия

Круговорот плёнки. Как ритейлер превращает отходы в доходы

Корреспондент «Сноба» отправился в Подольск, чтобы своими глазами увидеть, как использованная упаковочная стрейч-плёнка превращается в новый товар и возвращается на полки, и понять, что такое циклическая экономика в действии



На производстве



RG62.info РЯЗАНСКАЯ ГАЗЕТА
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОРТАЛ

В РЯЗАНИ ОКОЛО «ЛЕМАНА ПРО» ПОЯВИЛСЯ СОВРЕМЕННЫЙ ПУНКТ РАЗДЕЛЬНОГО СБОРА ДЕВЯТИ ФРАКЦИЙ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ

Опубликовано: 21.04.2025 в 08:37
Категория: Бизнес, Происшествия, Экология
Тема: Отходы, Пластик, Вторичное сырье, Экология, Бизнес

