



Pješice ili biciklom u trgovinu



Ljudi koji hodaju ili voze bicikl do lokalnih trgovina dolaze u trgovinu češće, potroše više novaca i vremena u svom gradu, održavajući zdravlje gospodarstva i društvenu vitalnost svojih zajednica.

Ključni rezultati

Vrlo je važno stvarati partnerstva s vlasnicima lokalnih trgovina u svrhu provođenja, promoviranja i produljivanja trajanja projekata. Prije sastanka s vlasnicima lokalnih trgovina i dionicima pripremite sve potrebne informacije i slike. Poslušajte njihove potrebe i očekivanja te definirajte načine na koje će se vaš program njima baviti.

Provedite promotivne aktivnosti i osigurajte poticaje za ohrabrivanje i nagrađivanje onih koji u trgovinu odlaze pješice ili biciklom. Osigurajte informacije za zajednicu, ali učinite aktivnosti zabavnima i zanimljivima za sudionike, na način koji će privući lokalne medije i širu ciljnu publiku.

Obratite pozornost na infrastrukturu i prostor kako ljudi ne bi zaključili da je hodanje ili vožnja biciklom opasna ili da su udaljenosti prevelike. Gdje je to moguće postavite stalke za bicikle i poboljšajte prijelaze. Naglasite koliko su lokalne usluge blizu i koliko brzo se do njih dolazi pješice.

Naše aktivnosti

U projektu Active Access razne su aktivnosti poticale ljude da u trgovinu idu pješice ili biciklom.

- Pješačke karte koje pokazuju vremensku udaljenost između ključnih lokacija u Aveiru, u Portugalu.
- Program lojalnosti te aktivnosti na otvorenom uz uključivanje društvenih mreža u Budimpešti, Mađarska.
- Kampanja aktivne kupovine uz postavljanje stalaka za bicikle u Koprivnici, Hrvatska.
- Kampanja „Kupovanje pješice ili biciklom“ sa shemom nagrađivanja te aktivnostima u Murskoj Soboti u Sloveniji.
- Testiranje kolica za kupovinu od strane umirovljenika u Grazu, Austrija.



Pješačke karte odličan su izvor lokalnih informacija. Dok se lokalni ljudi uglavnom ne koriste kartama u svojim dnevnim aktivnostima, karta može potaknuti raspravu unutar obitelji ili između prijatelja o udaljenostima i utrošenom vremenu za obavljanje dnevnih aktivnosti pješice. Ona može biti i nov način privlačenja pažnje medija. Podijelite karte svima na svome području neka budu dostupne u trgovinama.

Kampanje i Sustavi poticaja nagrađuju potrošače koji u trgovine odlaze pješice ili biciklom. Potrošači skupljaju kupone ili štambilje i osvajaju nagrade ili popuste u lokalnim trgovinama. Trgovine se mogu oglašavati tijekom trajanja kampanje i dodjele nagrada. Lokalni političari mogu započeti kampanju i uručivati nagrade. Za te sustave potrebna je kritična masa kako trgovina tako i sudionika da bi bile uspješne.

Koraci do uspjeha

Pobrinite se da su svi dionici dobro informirani i svjesni sustava

Skupite lokalne podatke i primjere dobre prakse iz drugih država koje su u skladu s vašim zamislima. Odredite plan aktivnosti koje morate dogovoriti s dionicima.

Pristupite vlasnicima trgovina pojedinačno i/ili kroz trgovačka udruženja kako biste ih informirali o prednostima podržavanja aktivnog putovanja te o samom sustavu. Moglo bi biti korisno održati sastanak sa svim vlasnicima trgovina i dionicima zajedno kako bi dobili osjećaj zajednice i energije te kako bi svi dobili iste informacije o kampanji.

Također je korisno pojedinačno intervjuirati vlasnike trgovina kako biste razumjeli njihove stavove i potrebe te identificirali mogućnosti za njihov potencijalni doprinos kampanji. Osigurajte trgovcima informacije za njihovo osoblje kako bi znali kako voditi sustav, nagrađivati potrošače i promovirati kampanju u trgovini.

Informacije su važne, ali ljudi moraju biti uključeni i uzbuđeni

Provedite niz kreativnih promotivnih aktivnosti kako biste pridobili potporu i privukli potrošače da se

pridruže sustavu. Poticaji ili primjerice promotivno reklamiranje imena trgovina na vrećicama za kupovinu, mogu osnažiti identitet brenda i podsjetiti ljude na hodanje ili vožnju biciklom. Organizirajte lokalne piknike i sajmove kako bi promovirali sustav i pozovite medije da pišu o oba događaja i o sustavu kako bi priča došla do šire publike.

Dopuštajući ljudima da isprobaju zamisli poput korištenja kolica za kupovinu, omogućujete im da iskuse osjećaj da mogu izabrati odlazak u trgovinu pješice i još uvijek donijeti namirnice kući.

Nagradite vlasnike kao i potrošače

Imenujte trgovine koje podržavaju projekt i organizirajte dodjelu nagrada s lokalnim političarima i medijima. Promovirajte trgovine kroz internetske stranice i društvene mreže kao i kroz lokalne medije. Osigurajte dovoljno trgovina s raznim proizvodima unutar svog sustava kako biste privukli potrošače, osobito u lokalnim trgovačkim centrima ili u centru grada.

Obratite pažnju na infrastrukturu i prostor kako ljudi ne smatraju da je hodanje ili vožnja biciklom opasna ili da su udaljenosti prevelike.

Suradujte s lokalnim vlastima i vlasnicima trgovina kako bi osigurali stalke za bicikle, biciklističke staze i sigurne prijelaze kako bi ljudima omogućili pristup lokalnim trgovinama.

Različiti načini za uključivanje dionika

Ako su se dionici, a posebno vlasnici trgovina, spremni uključiti, pronađite alternativne načine na koje ih možete pridobiti.

- Pripremite brošuru koja pojašnjava razloge i koristi kupovine biciklom, kako za potrošače tako i za vlasnike trgovina.
- Omogućite mogućnost potpore hodanju ili vožnji biciklom u drugim područjima, na primjer vlasnici trgovina mogu postati „prijatelji sigurnih staza“ te sponzorirati hodanje u školu.
- Uključite i trgovine koje imaju direktnu poveznicu s kampanjom, na primjer trgovine bicikala; neka karte ili materijali koji promoviraju biciklizam prvo krenu kroz te trgovine.



Isključiva je odgovornost za sadržaj ovog dokumenta leži na autorima. Oni ne predstavljaju mišljenje Europske zajednice. Europska komisija nije odgovorna za bilo kakvu uporabu koje bi mogle biti od informacija sadržanih u njemu.