

## Idee in rivendita

# I saponi sfusi

## Vendita «alla spina» per una tabaccheria più green

Da qualche tempo i lettori de «La Voce del Tabaccaio», avranno certamente visto la pubblicità del brand Lavaverde, una gamma di detergenti professionali, concentrati e di origine vegetale per il bucato e le pulizie di casa.

La novità, oltre alla qualità del prodotto, sta nell'esposizione, studiata perfettamente per una parete attrezzata, che fornisce l'azienda, in cui poter inserire tutta la gamma in un'offerta che non vede consumo di plastica poiché, il consumatore, riutilizza il primo flacone di acquisto e poi lo mantiene nel tempo.

Questo è anche un atteggiamento moderno e in linea con il *mood* mondiale del *plastic-free*, concreto e che può dare connotazione di intelligenza e modernità al tabaccaio che andrà ad inserire in rivendita questi prodotti.

Lavaverde fornisce sistemi modulari di vendita ed esposizione personalizzati per ogni tabaccaio, componendo la gamma con i prodotti a più alta rotazione e offre un servizio eccellente per rispondere alle esistenze diversificate dei tabaccai.

Minimo investimento, alta visibilità del prodotto, atteggiamento da *green economy* e un margine interessante fanno di Lavaverde una vera e nuova idea in tabaccheria, già acquistata da molti tabaccai.

Incontriamo una collega, la sig.ra Lara Chiaretti, che è stata intervista da un periodico locale piemontese, in cui di fatto ha raccontato la sua esperienza, che già conta quasi tre anni di collaborazione con Lavaverde!

Lara ha deciso che anche la sua attività poteva essere di supporto in qualche modo a contribuire alla sostenibilità del nostro Pianeta.

La sua storia inizia come consumatrice, infatti acquistava già in un supermercato del territorio ma con poca soddisfazione come utilizzatrice.



### INFORMAZIONI

Chi volesse approfondire l'argomento o ricevere ulteriori idee per la propria rivendita, può scrivere a:  
[redazione-news@tabaccai.it](mailto:redazione-news@tabaccai.it)



Quindi, l'idea di non abbandonare il suo status *green*, cercare un fornitore per avere a disposizione il sistema di vendita «alla spina» ma con qualità e servizio. Lei stessa utilizza

ovviamente tutti i prodotti e se ci sono novità le testa, prima di inserirle nello scaffale.

Oggi conta circa 400 clienti fissi, più altri più saltuari e da un conto approssimativo ha fatto risparmiare all'ambiente quintali di plastica. Ma è andata oltre... ha generato una tesera fedeltà che prevede sconti effettuando più acquisti in un determinato periodo e questo le ha permesso di crescere mese dopo mese come clienti e volumi di vendita di prodotti.

La sua scelta si è al momento codificata su 20 prodotti, pronti per il consumatore.

In una tabaccheria può sembrare difficile e fuori luogo, ed invece no, perché scatta la tecnica del *visual merchandising*, ovvero il consumatore entra in tabaccheria per un altro acquisto, vede la linea, chiede informazioni o già ne fa tesoro. La stessa tabaccaia, portatrice di informazioni, lascia un volantino contenente tutti i dettagli sui prodotti e lo personalizza con un timbro della sua tabaccheria.

Per maggiori informazioni:  
[www.lavaverde.it](http://www.lavaverde.it).