

„Talk the Walk”

Fertetics Mandy
ügyvezető, vezető tanácsadó
Alternate Kft.

Urbán Katalin
ügyvezető, vezető tanácsadó
Alternate Kft.

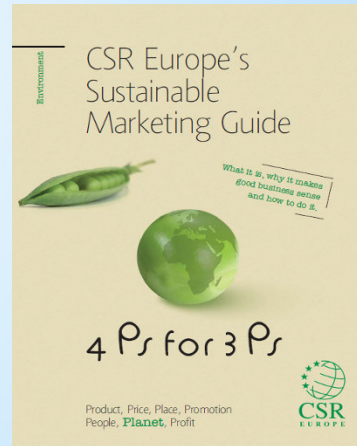


Zöldmarketing konferencia – 2009. június 4.



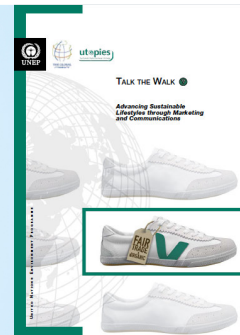
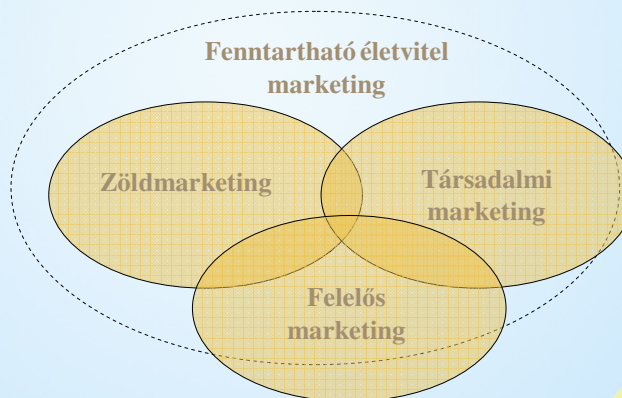
Fenntartható marketing (CSR Europe)

- Kielégíti a fogyasztók igényeit
- Kielégíti a vállalati célokat
- Összhangban van a fenntartható fejlődés céljaival



Zöldmarketing konferencia – 2009. június 4.

Elég ha zöld?



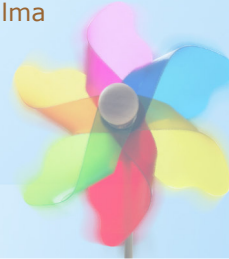
Forrás: D. McKenzie-Mohr & W. Smith: Fostering sustainable behaviour



Zöldmarketing konferencia – 2009. június 4.

Van alapja?

- Amerikai fogyasztók 66%-a váltott márkát CSR szempontok miatt
- 20%-kal nőttek a ruházati cikkekkel kapcsolatos bojkottok 2007-ben
- 81%-kal nőtt az Egyesült Királyságban a háztartások azon költése, amelyek etikai szempontokat figyelembe vettek
- 227 milliárd USD értékű az USA-ban az ökotermékek piaca
- Vásárlók 43% szerint fontosak a termékeken elhelyezett információk a vállalati imázs kialakításában.
- 17%-kal nőtt 2007-ben az Egyesült Királyságban az etikus ételek és italok forgalma



Üzleti előnyei...

- Márka megkülönböztetés
- Kockázatok menedzsmentje
- Piaci rész növelése, piac létrehozása
- Fogyasztók megtartása, márkahűség javítása
- Innováció és kreativitás ösztönzése
- Hírnév javítás, márka erősítés
- Fogyasztók öröme
- Bizalom
- Bojkottok megelőzése
- Munkatársak ösztönzése
- Költségmegtakarítás
- Tehetséges vonzása
- Befektetések vonzása
- Proaktivitás, jogszabályalkotás elébe menni



Nem csak duma!

- Új piaci lehetőségek: Canon „Zöld számológép”...
- Márkaerősítés: Innocent
- Innováció & kreativitás: Sony Playstation
- Fogyasztók öröme: P&G
- Költségmegtakarítás: O2 and Nokia
- Tehetségek vonzása: BT
- Befektetések vonzása: Coca Cola



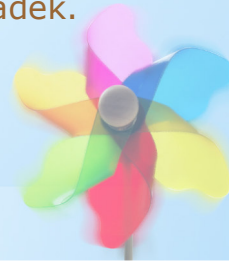
Magyarország?

- Pepsi bojkott
- Danone bojkott
- Cégmérce
- Zöldségeim
- Bioüzletek terjedése
- Homeopátia
- Villanyverdák
- Zöld gáz
- Kartonbútorok
- Zöld iroda ellátó
- Zöld telekommunikáció
- Energiatakarékos termékek
- Vászonszatyik
- Műdugó
- Napelemek
- CO₂ adó?
- Ökolábnyom GDP-ben?
-



Mi van a termék mögött?

- Az elvárások kiterjednek a vállalatra is
 - vállalati kultúra,
 - értékek,
 - politikák, elvek,
 - rendszerek,
 - folyamatok,
 - stratégia.
- Teljes életút értékelése
 - alapanyagok,
 - gyártás,
 - tárolás,
 - szállítás,
 - felhasználás,
 - hulladék.

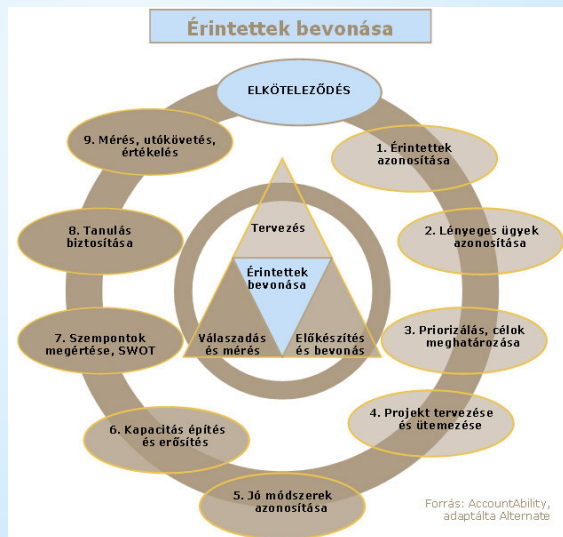


De mit és honnan tud a fogyasztó?

- Arról tud amit elmondunk neki
- Vagy amit rólunk elmond más neki
- Kommunikációs eszközök a marketingen túl
 - Érintetti párbeszéd
 - Fenntarthatósági jelentések
 - Belső képzések
 - Rendezvények
 - Együttműködések
 - ...



Érintetti párbeszéd



Fenntarthatósági/CSR jelentés

- Hiteles kép a vállalatról
- Beszámoló a szervezet
 - gazdasági,
 - környezeti és
 - szociális hatásairól;
- Helyzetjelentés a vállalat életének
 - adott időszakáról,
 - jelentős eseményeiről és
 - jellemző működési elveiről;
- Segíti a szervezet teljesítményének összemérését más szervezetekkel.

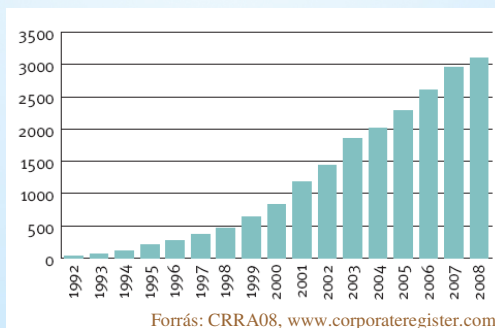
Kinek érdemes jelentenie?

- Akinek fontos
 - az átlátható és hiteles működés,
 - saját teljesítményük megismerése,
 - a munkatársak bevonása és motivációja,
 - az érintetti párbeszéd,
 - a példaállító működés,
 - a partnerek motiválása,
 - a fejlődés bemutatása.

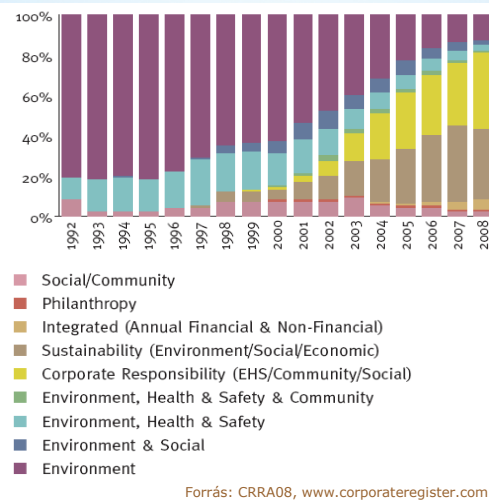


Nemzetközi jelentésírási trendek

- Az első nem-pénzügyi jelentések már a 80-as évek végén megjelentek.
- Első jelentők azok az iparágak, amelyeken nagy volt a nyomás.
- 1992: 27 jelentés; 2008: 3100 jelentés



Jelentésírási trendek - típus

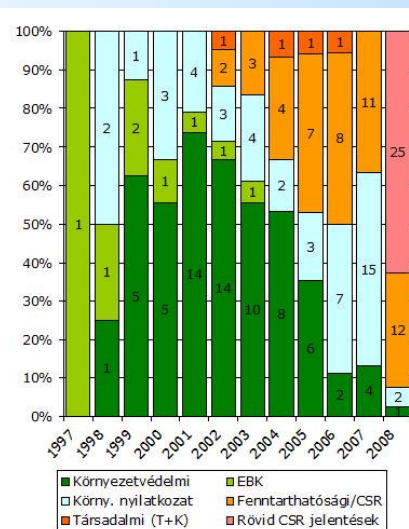


- CSR jelentés lehet
 - környezeti
 - EHS
 - társadalmi
 - fenntarthatósági
- Lényeg: nem csak pénzügyi adatok



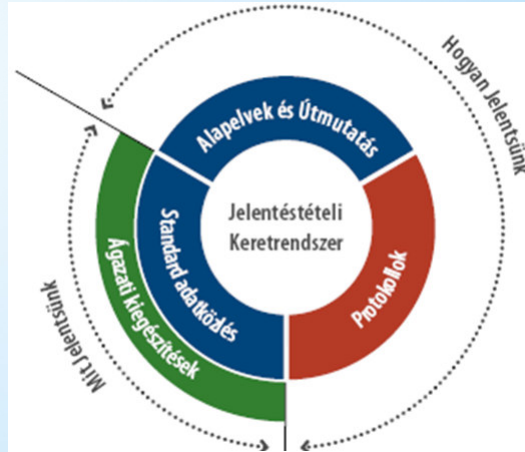
És itthon?

- KÖVET nyilvántartás
- 1996: 1 jelentés
- 2008: min. 50
- Fordulathozó évek:
 - 2001.
 - 2002.
 - 2006.
 - 2008.



A GRI Keretrendszer

- Fő részei:
 - alapelvek,
 - standard adatközlés,
 - indikátor protokollok,
 - ágazati kiegészítések,
 - technikai protokollok.
- Várható: nemzeti kiegészítés



Forrás: GRI G3 Útmutató, 2006

További eszközök

- cause related marketing
- médiakampányok
- díjak
- belső CSR képzések
- szponzoráció helyett együttműködés
- mecenatúra
- rendezvények
- ...



„Talk the Walk”

- Törekedjünk a felelős vállalati viselkedésre
- Töltsük meg tartalommal
- Vonjuk be az érintetteket
- Beszéljünk róla hitelesen



Zöldmarketing konferencia – 2009. június 4.

Köszönöm a figyelmüket!

Bővebb információ

www.alternate.hu

fertetics.mandy@alternate.hu
urban.katalin@alternate.hu



Zöldmarketing konferencia – 2009. június 4.