

VI BEKYMRER OS IKKE OM JERES GRØNNE EMBALLAGE

- VI VIL MEGET
HELLERE HØRE
OM JERES
AMBITIONER
FOR VERDEN

Der er brug for et nyt fokus i markedsføringen. Et fokus, hvor vi taler ud over grøn emballage og CO2-mål. Et fokus, hvor kommunikation og branding er koblet endnu tættere på jeres værdier, dna og kerneforretning. Og hvor I som virksomhed viser, hvilket problem i samfundet I vil bidrage til at løse.

Der er godt gang i debatten om, hvordan man som virksomhed bedst markedsfører grønne og ansvarlige initiativer – og med rette. For der er god grund til at diskutere, hvordan vi skaber den bedste markedsføring og kommunikation, som reelt skaber forandring og guider forbrugerne.

Bæredygtigheds-kommunikation er meget mere end at lave et grønt logo. Det handler om, hvilket ansvar I som virksomhed vil tage for samfundet. Det handler om at fortælle, hvordan I vil være en del af løsningen og ikke en del af problemet.

Mange virksomheder kæmper med at gøre ansvarlighed til en integreret del af deres kommunikation og branding - men det kan ikke ske, før I tager ansvarlighed med ind i dna og værdisæt og stiller jer selv spørgsmålet:

Hvad drømmer vi om at forandre gennem vores virksomhed, og hvilket ansvar vil vi tage?

Og det er en anden proces end traditionel klassisk reklame. Fordi det danner grundlaget for - ikke bare det produkt, I ønsker at sælge, men hvordan I præsenterer jer for omverden - både i forhold til kunder, leverandører, investorer og ikke mindst medarbejdere.

Impact branding er, når I tager stilling og har en ambition om, at skabe reel forandring. Og den proces begynder i jeres dna – jeres værdisæt og allerhelst i jeres kerneforretning. Det kræver, at I arbejder med hele virksomheden, så I sikrer, at der er belæg for det, I siger.

Når I arbejder med impact branding er det mere end jeres produkt, det er værdierne, forretningen og værdikæden det udspringer af. Så se det som en mulighed for at skabe ensretning og et fælles pejlemærke for, i hvilken retning virksomheden skal og samtidig få nye, relevante historier at dele med omverden, som I højere grad gør jer unikke og vedkommende.

Men behøver vi virkelig gøre alt det? Kan vi ikke bare lade være med at sige noget, spørger I måske? Jo det kan I godt, men det kan få helt andre konsekvenser. I kan hurtigt risikere at blive irrelevante, og i sidste ende kommer I faktisk også til at svinge jeres samfundsansvar. Så i denne sammenhæng er det ikke ubetinget godt at leve stille.

Hvad er det?

Impact branding er relevant for jer, der ønsker at gøre en reel positiv forskel og er et middel til at indtage en position, som går ud over jeres specifikke produkt og ydelser. Impact branding bringer jer langt forbi at tale om genbrugsemballage og er relevant, når I har et oprigtigt ønske om at bidrage til at løse en samfundsudfordring. Derfor er det også uløseligt forbundet med jeres dna og kerneforretning og ikke placeret udelukkende i marketing-afdelingen.

Hvorfor er der behov for det?

Omverden kalder på virksomheder, der tager stilling. Kunder, medarbejdere, leverandører, investorer og ikke mindst lovgivning betyder, at der er flere forventninger og krav til, at virksomheder skal være klar med svar på, hvilken forskel I ønsker at skabe i og for samfundet – hvilket ansvar I ønsker at løfte. Ansvarlighedsagendaen tager hele tiden kvantespring, og det er ikke længere nok at kommunikere om grønne mål for CO2, eller om I har en madspildsordning i kantinen. Det antager vi, at der er styr på. Der er brug for en kommunikation, der i højere grad bringer hele virksomheden i spil og viser, hvordan I opererer i samfundet.

Hvad er fordelene?

Med impact branding viser I, at I bidrager til at skabe positive forandringer – både internt i virksomheden og i samfundet. Impact branding giver jer mulighed for at opnå en unik position og stemme, som ræsonnerer godt hos forbrugerne. Det er en mulighed for at gøre en forskel og bruge forretningen til at løse relevante samfundsproblemer. Koblet tæt til forretningen kan impact branding være med til at løfte medarbejderstoltheden, øge kundeloyaliteten og gøre jer til en attraktiv samarbejdspartner og leverandør.

HVOR BOR DEN GODE HISTORIE?

I Märk har vi udviklet 7 principper for, hvordan I kan kommunikere jeres etiske og grønne indsatser på en relevant, troværdig og engagerende måde

Impact branding handler om at bruge jeres brand til at gøre en forskel. Til at skabe positive forandringer – både i virksomheden og udenfor. Impact branding er ikke traditionel branding eller markedsføring. Impact branding tager sit udgangspunkt i, hvilket problem i samfundet, virksomheden vil være med til at løse. Det handler altså om, hvordan brandet kan være med til at stimulere løsninger.

- 1. Bæredygtighed starter i jeres forretningsstrategi**
Indsatsen bliver først rigtig relevant og vedkommende, når den er koblet til jeres DNA og kerneforretning.
- 2. Gør medarbejderne til de vigtigste historiefortællere**
Det er dem, der skal udføre den forandring, I ønsker at skabe. Derfor skal de som de første involveres og engageres i strategien, og de skal forstå, hvad det betyder i deres daglige arbejde.
- 3. Det skal være let for jeres kunder at handle**
Guid jeres kunder, gør det konkret og vis dem, hvordan de kan engagere sig og handle ansvarligt.
- 4. Kunden skal være helten**
Det handler ikke om jer – men om kunderne. Om hvordan de kan vise omverden, at de også gerne vil bidrage og være en del af løsningen.
- 5. Man skal kunne mærke jer**
Det skal være tydeligt, at I ønsker at skabe en reel forandring, og at I har noget på spil.
- 6. Fakta skal være i orden**
Vær transparente med, hvor I er på rejsen. Ingen forventer I er i mål, men alle forventer ærlighed.
- 7. Vær modige**
Skab et visionært billede af, hvad I ønsker at opnå – hvad vi sammen kan opnå. Og husk også at tale højt om de ting, der ikke lykkedes. det er svært for alle, og ærlighed inspirerer.

OM MÄRK

Märk er et forandringsbureau, der er specialiseret i at hjælpe virksomheder med en ansvarlig og bæredygtig transformation. Vi hjælper virksomheder med at tydeliggøre deres samfundsambition, udarbejde og forankre en markant ESG-strategi og kommunikere de ansvarlige ambitioner og tiltag både internt og eksternt. Det gør vi med udgangspunkt i spørgsmål som:

Hvilken forskel gør vi som virksomhed for vores omverden?

Hvordan inspirerer og mobiliserer vi vores medarbejdere og interessenter?

Hvordan integrerer vi ansvarlighed i kerneforretningen og brandet?

Märk er certificeret B Corp og en del af den globale B Corp bevægelse. Læs mere på www.maerkcph.dk