

Plan de Estudios GET-UP del Programa CPD
Módulo 9 – Caso Práctico Parte II: ¿Cómo crear una empresa? Dando información

ANEXO 5: PASOS PARA UN MARKETING ECOLÓGICO EXITOSO

1. Educar a los clientes:

- Muchos clientes están interesados en los productos ecológicos, sin ser totalmente conscientes de lo que los productos ecológicos deben ofrecer, o qué tipo de impacto positivo imponen sobre el medio ambiente.
- Esta es la razón por la que las empresas no solo tienen que promocionar sus productos, sino también explicar el contexto general del calentamiento global, la contaminación medioambiental, los residuos, etc.

2. Crear mejores productos:

- Especialmente en la rama técnica de la industria, p. ej., en la industria automóvil, los productos ecológicos siguen teniendo una imagen negativa en lo referente a calidad y rendimiento.
- Esta es la razón por la que las empresas tienen que cerrar la brecha entre los productos convencionales y ecológicos, ya sea en su percepción o calidad.

3. Ser sincero:

- Los consumidores a menudo suelen desconfiar de las empresas que afirman producir productos completamente ecológicos.
- Esta es la razón por la que las empresas, con el objetivo de ser “ecológicas”, deben por todos los medios dirigirse hacia una política de transparencia y sinceridad con sus clientes.
- Confundir a tus clientes, lo más probable es que conlleve a un daño rápido de la reputación y credibilidad de la empresa.
- Ejemplos de confundir a los clientes son:
 - campañas de publicidad “ecológicas” de características de productos que son obligatorias por ley
 - solo resaltar los aspectos positivos de tu producto y ocultar los negativos

4. Ofrecer más:

- A menudo parece que los productos ecológicos son más caros que los convencionales.
- Esto puede resultar de ingredientes más exclusivos o canales de distribución más caros.
- Como estos productos tienen más que ofrecer, ha de resaltarse su valor extra, p. ej., eficiencia energética, beneficios medioambientales, mejor calidad, etc.

5. Llevar los productos a la gente:

- No basta con producir productos ecológicos, las empresas tienen que asegurarse de que sus productos son fáciles de encontrar y de comprar en general.
- Por lo tanto, las empresas tienen que asegurarse de que los minoristas y mayoristas publiciten y muestren adecuadamente los productos ecológicos.



Fuente: https://www.emspi.eu/images/results/pdf/annex_xx_greenmarketing_amsterdam.pdf