

***GET-UP Jatkuvan ammatillisen kehittymisen koulutusohjelma
Moduuli 9 – Tapaustutkimus osa II: Liiketoiminnan rakentaminen***

LIITE 5: MENESTYVÄN VIHREÄN MARKKINOINNIN VAIHEET

1. Opeta asiakkaita:

- Monet asiakkaat ovat kiinnostuneita vihreistä tuotteista, ilman että he ovat täysin tietoisia siitä mitä vihreillä tuotteilla on tarjottavana tai millaisia myönteisiä vaikutuksia niillä todellisuudessa on ympäristölle.
- Siksi yritysten ei tulisi pelkästään markkinoida tuotteitaan vaan selittää laajemmin ilmaston lämpenemistä, ympäristön saastumista, jäteongelmia jne.

2. Tee parempia tuotteita:

- Erityisesti teknisellä puolella esim. autoteollisuudessa, vihreillä tuotteilla on edelleen negatiivinen imago laadun ja suorituskyvyn osalta.
- Siksi yritysten on kurottava umpeen perinteisten ja vihreiden tuotteiden välinen kuilu joko yleisen käsityksen tai laadun osalta.

3. Ole rehellinen:

- Usein kuluttajat epäilevät, jos yritys väittää tuottavansa täysin vihreitä tuotteita.
- Siksi yritysten, joiden tavoitteena on olla "vihreä", pitäisi toimia läpinäkyvästi ja rehellisesti asiakkaitaan kohtaan.
- Asiakkaiden harhaanjohtaminen tekee mitä todennäköisemmin nopeasti vahinkoa yrityksen maineelle ja uskottavuudelle.
- Esimerkkejä harhaanjohtamisesta:
 - ◊ "vihreät" mainoskampanjat tuotteen ominaisuuksista, jotka ovat lailla säädettyjä
 - ◊ tuotteen positiivisten puolien korostaminen ja samalla negatiivisten vaikutusten salailu

4. Tarjoa enemmän:

- Vaikuttaa usein siltä, että vihreät tuotteet ovat kalliimpia kuin perinteiset tuotteet
- Tämä voi johtua erityisistä materiaaleista tai kalliimmista jakelukanavista
- Tämän vuoksi vihreiden tuotteiden on tarjottava enemmän. Niiden lisäarvo on osoitettava esim. energiatehokkuutena, ympäristöhyötyinä, parempana laatuuna jne.

5. Tuo tuotteet ihmisille:

- Vihreiden tuotteiden tuottaminen ei riitä. Yritysten on varmistettava, että heidän tuotteensa löytyvät helposti ja niitä voi ostaa laajalti.
- Siksi yritysten on varmistettava, että jälleenmyyjät mainostavat ja esittävät tuotteita oikein.

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