

OPLEIDING LESSON 9 - Deel 1

Titel	<ul style="list-style-type: none"> ○ Eco-marketingstrategieën
Deel van de opleiding waarnaar in deze les wordt verwezen	<ul style="list-style-type: none"> ○ Deel 1 X Algemene informatie over duurzaamheid en CE Deel 2 Specifieke informatie over: <ul style="list-style-type: none"> Houtsector <input type="checkbox"/> Kunststofsector Agrarische sector
EQF-niveau	Niveau 3
Waar de les werd getest	/
Algemene leerdoelstelling(en) volgens de taxonomie van Bloom https://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/blooms-taxonomy/	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Maken Nieuw of origineel werk produceren (ontwerpen, assembleren, construeren, onderzoeken, formuleren) <input type="checkbox"/> Evalueren Een standpunt of beslissing rechtvaardigen (beoordelen, argumenteren, verdedigen, bekritisieren, selecteren, ondersteunen) X Analyseren Verbanden leggen tussen ideeën (differentiëren, ordenen, relateren, vergelijken, onderscheiden, toetsen, experimenteren) <input checked="" type="checkbox"/> Toepassen Informatie gebruiken in nieuwe situaties (uitvoeren, implementeren, oplossen, gebruiken, demonstreren, bedienen) X Begrijpen Ideeën of concepten uitleggen (classificeren, bespreken, beschrijven, identificeren, lokaliseren, vertalen) X Onthouden Onthouden van feiten en basisbegrippen (definiëren, dupliceren, opsommen, onthouden, herhalen)
Specifieke leerdoelstelling(en)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Het begrip milieuvriendelijke marketing definiëren</i> - <i>De belangrijkste aspecten van eco-marketingstrategieën begrijpen</i>
Cognitieve, sociaal-emotionele en gedragsmatige resultaten op basis van https://www.unesco.org/sites/default/files/2018-	SDG 17 Partnerschappen voor de doelstellingen Versterken van de uitvoering en revitaliseren van het mondiale partnerschap voor duurzame ontwikkeling <u>Cognitieve leerdoelen:</u> De leerling kent concepten voor het meten van vooruitgang op het gebied van duurzame ontwikkeling.

<p>08/unesco_education_for_sustainable_development_goals.pdf</p>	<p><u>Sociaal-emotionele leerdoelen:</u> De leerling is in staat te ervaren dat hij deel uitmaakt van een gemeenschappelijke mensheid, die waarden en verantwoordelijkheden deelt, gebaseerd op mensenrechten.</p> <p><u>Gedragdoelen:</u> De cursist is in staat een change agent te worden om de SDG's te realiseren en zijn rol als actieve, kritische en mondiale en duurzaamheidsburger op zich te nemen.</p>																
<p>Behandelde groene vaardigheid(en)</p>	<table border="0"> <tr> <td>X Creatieve probleemoplossing</td> <td><input type="checkbox"/> Managementvaardigheden</td> </tr> <tr> <td>Vooruitstrevend</td> <td><input type="checkbox"/> Effectkwantificering</td> </tr> <tr> <td>Toezichthoudende vaardigheden</td> <td>x Levenscyclusbeheer</td> </tr> <tr> <td>x Analytische vaardigheden</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Wetenschappelijke vaardigheden</td> </tr> <tr> <td>Lean production</td> <td>Afvalbeheer</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Onderhouds- en reparatievaardigheden</td> <td>Milieu-audit</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Verontreinigingspreventie</td> <td>Beheer van het ecosysteem</td> </tr> <tr> <td>x Eco-ontwerp</td> <td>Andere _____</td> </tr> </table>	X Creatieve probleemoplossing	<input type="checkbox"/> Managementvaardigheden	Vooruitstrevend	<input type="checkbox"/> Effectkwantificering	Toezichthoudende vaardigheden	x Levenscyclusbeheer	x Analytische vaardigheden	<input checked="" type="checkbox"/> Wetenschappelijke vaardigheden	Lean production	Afvalbeheer	<input type="checkbox"/> Onderhouds- en reparatievaardigheden	Milieu-audit	<input type="checkbox"/> Verontreinigingspreventie	Beheer van het ecosysteem	x Eco-ontwerp	Andere _____
X Creatieve probleemoplossing	<input type="checkbox"/> Managementvaardigheden																
Vooruitstrevend	<input type="checkbox"/> Effectkwantificering																
Toezichthoudende vaardigheden	x Levenscyclusbeheer																
x Analytische vaardigheden	<input checked="" type="checkbox"/> Wetenschappelijke vaardigheden																
Lean production	Afvalbeheer																
<input type="checkbox"/> Onderhouds- en reparatievaardigheden	Milieu-audit																
<input type="checkbox"/> Verontreinigingspreventie	Beheer van het ecosysteem																
x Eco-ontwerp	Andere _____																
<p>Duur</p>	<p>15 - 20 min.</p>																
<p>Structuur en inhoud van de les</p>	<p>De les bestaat uit vier hoofdonderwerpen:</p> <p>Onderwerp 1 Concept van ecologische (groene) marketing</p> <p>Onderwerp 2 Milieuvriendelijke marketingstrategieën</p> <p>Concept van eco (groene) marketing</p> <p>Groene marketing is een manier om het bedrijf te promoten met behulp van een duurzame focus op het milieu. Benadrukt wordt dat producten en diensten gericht zijn op milieuvriendelijke - groene marketing. Tegenwoordig zijn consumenten en de markt zich bewust van de cruciale rol van duurzaamheid en bedrijven. Zakelijk succes en verkoop zijn afhankelijk van consumenten en bedrijven proberen in te spelen op de behoeften van consumenten.</p> <p>Sociaal bewustzijn van duurzaamheid en inzet om op een duurzame manier te leven bouwt de noodzaak op om milieuvriendelijke, groene marketing te gebruiken die Taghian, Mehdi & Polonsky, Michael & D'Souza, Clare benadrukt. (2016) en zegt dat "de rol van de marketingfunctie bij de uitvoering van de "groene" strategie essentieel is. Marketing zorgt ervoor dat de voorkeuren van de consumenten worden weerspiegeld in bedrijfsacties en kan</p>																

helpen bij het evenwicht tussen financiële prestatiedoelstellingen en ecologische productkwaliteit."

Het concept van eco (groene) marketing als een holistische benadering van een heel bedrijfsidee en strategie definieert het belang van alle factoren om producten of diensten te creëren op basis van duurzaamheid. Kadyan, Jagbir. (2011) definiëren groene marketing als een "*holistisch marketingconcept waarbij de productie, het op de markt brengen, het verbruik en de verwijdering van producten en diensten gebeuren op een manier die minder schadelijk is voor het milieu met een groeiend bewustzijn over de gevolgen van de opwarming van de aarde, niet biologisch afbreekbaar vast afval, de schadelijke impact van vervuilende stoffen, enz. worden zowel marketeers als consumenten steeds gevoeliger voor de noodzaak om over te schakelen op groene producten en diensten*". Bewustwording van eco (groene) marketing brengt bedrijven op een niveau van verantwoord ondernemen. Vertrouwen in de producten en diensten van bedrijven bouwt een klantenkring op. Volharding en consistentie van het bedrijf om een groen bedrijf te worden en niet alleen eco-marketingstrategieën te gebruiken, maar om de hele productie/dienstverlening op een milieuvriendelijke manier uit te voeren, garandeert het bedrijf succes op lange termijn. Gebaseerd op de hele bedrijfsstrategie en de bereidheid om te werken volgens milieuvriendelijke principes zorgt voor een betere achtergrond voor eco-marketingstrategieën.

Milieuvriendelijke (groene) marketingstrategieën

Gemeenschappelijke druk en nadruk op klimaatverandering en duurzaamheid gaven een impuls om niet alleen efficiënt maar ook duurzamer te gaan werken. Alle bedrijven worden gedwongen om over te schakelen op milieuvriendelijke concepten en een nieuwe strategische manier van werken te creëren op basis van groene ideeën. Groene ideeën, groene producten en groene diensten betekenen dat ze op de een of andere manier zijn geproduceerd met hergebruik van materialen die niet of minder schadelijk zijn voor het milieu. Bedrijven moeten nadenken en analyseren hoe te werken en gaan met eco-marketing strategieën die moeten worden gebaseerd op proces, ontwerp, of diensten.

Taghian, Mehdi & Polonsky, Michael & D'Souza, Clare (2016) merken op dat "*de implementatie van een groene strategie veranderingen vereist in een reeks andere acties en activiteiten, zoals het vinden van nieuwe leveranciers, het betrekken van nieuwe grondstoffen of ingrediënten, het wijzigen van procedures voor kwaliteitscontrole om milieukwesties op te nemen, en c distributiesysteem, inclusief de selectie van nieuwe kanaalleden*" (Mollenkopf, Stolze, Tate, en Ueltschy, 2010).

Groene producten of diensten moeten gebaseerd zijn op SDG's die een verantwoordelijke houding ten opzichte van het milieu bevorderen. De

marketingafdeling moet analyseren waar het bedrijf nu is en welke acties er nu worden ondernomen en goede voorbeelden vinden van wat er wordt gedaan of wat er zou moeten worden gedaan om groene producten of diensten te ontwikkelen. Analyseer productie, verpakking, marketing en verkoop met elementen van het milieuvriendelijke bedrijf.

Het belangrijkste is om werknemers en consumenten ervan te overtuigen dat het bedrijf niet alleen verklaart maar ook werkt op basis van duurzaamheid of ernaar toe werkt. *"Afhankelijk van de mate van vergroening kan er ook een verandering in de organisatiecultuur en -waarden nodig zijn, wat een veel moeilijker te bereiken taak is. "Groene" marketingstrategie is een holistische organisatorische verschuiving, en niet alleen het gebruik van oppervlakkige milieucclaims in communicatieactiviteiten".* (Taghian, Mehdi & Polonsky e.a., 2016)

Duidelijke boodschappen en praktijken aan werkgevers zullen zeker hun weerslag hebben op toekomstige klanten.

Belangrijkste ecologische (groene) marketingstrategieën:

- Bedrijven die een eco-marketingstrategie willen toepassen, moeten werken aan de manier waarop zij hun diensten en goederen aan de mensen presenteren, te beginnen met de verpakking. De verpakking van producten als een van de zichtbare materialen moet onzichtbaar zijn - dit betekent dat bedrijven geen extra verpakking moeten benadrukken alleen om marketingredenen. Als een verpakking nodig is, is die alleen van gerecycleerd materiaal.
- De werkplek moet gebaseerd zijn op de SDG-beginselen en elke werknemer moet zich daarvan bewust zijn.
- Implementatie in werkprocessen van dagelijkse gewoonten van een duurzame manier van werken (recyclen, doneren, materiaal besparen, hergebruiken enz.)
- Technologische en innovatieve benaderingen van het bedrijfsleven met behulp van zonnepanelen, windmolens, waterstof enz. zetten mensen ertoe aan aandacht te besteden aan milieuvriendelijke acties.
- Groene ideeën en initiatieven van werknemers moeten worden gesteund. Geïnspireerde groene ideeën van werknemers op de werkplek stimuleren werknemers om de groene strategie met meer enthousiasme uit te voeren.
- Een openlijke verklaring over waarden en de uitvoering van een groene strategie is een van de belangrijke dingen in een eco-marketingstrategie.

	<ul style="list-style-type: none"> - Digitale marketing zal klanten snel bereiken en hen informeren over groene implementatie in uw product of diensten. Om het vertrouwen van klanten te krijgen moeten alle bovengenoemde acties al voorbereid en uitgevoerd zijn. - Een groene marketingstrategie moet niet alleen producten of diensten omvatten die als milieuvriendelijk worden erkend, maar ook andere initiatieven die bijdragen tot het bereiken van de SDG. <p>Bedrijven die concurrerend willen zijn moeten eco-marketing stappen volgen en hun eigen eco (groene) strategie creëren binnen een organisatie. Consumenten en bedrijven van nu moeten rekening houden met de behoeften van toekomstige generaties - sociale verantwoordelijkheid voor alles wat we doen moet op de eerste plaats komen. Maatschappelijk verantwoord ondernemen moet een positieve invloed hebben op de gemeenschap, de maatschappij en het milieu en een eco-marketingstrategie opbouwen.</p> <p>Er zijn verschillende benaderingen en percepties (Eneizan, Bilal, 2019) van eco (groene) marketing: eco verpakking, groene labels producten, eco merken, milieu reclame, premium groene prijs, en inbedding en eco-image. Deze perceptie van eco (groene) marketing geeft een impuls om op een duurzame manier te werken, echter, het belang van de 4Ps (Product, Prijs, Plaats en Promotie) van de traditionele marketingmix brengt ideeën over hoe bedrijven zich moeten gedragen in de richting van duurzaamheid. Gebaseerd op onderzoek naar de relatie tussen de 4 Groene P's en de perceptie en reactie van de consument ten aanzien van een duurzaam merk. In hun studie vonden zij een significant verband tussen de 4 Groene P's en merkentrouw. <i>"Er werden negatieve relaties gevonden tussen de groene prijs en zowel merkentrouw als merkvertrouwen, wat betekent dat als de prijs stijgt, de loyaliteit en het vertrouwen afnemen"</i>. (R.M. Dangelico, D. Vochte alelli (2017). Het is uiterst moeilijk voor bedrijven om groen te worden, te werken op basis van duurzaamheid, en gelijk te lopen met de prijzen.</p> <p>Conclusie:</p> <p>Milieuvriendelijke marketing moet niet alleen verband houden met milieubescherming en economische groei, maar ook met maatschappelijk verantwoord ondernemen.</p> <p>Eco-impact en groene waarden van het bedrijf naar de mensen toe moeten een standaard worden. De vraag naar duurzame bedrijven is geen modeverschijnsel maar een noodzaak voor onze toekomst. Een toekomst met consumptieve verantwoordelijkheid.</p>
<p>Referenties</p>	<p>Kadyan, Jagbir. (2011). Groene Marketing: Concepten en toepassingen. Global Journal of Business Management. 5. 71 tot 76.</p>

	<p>R.M. Dangelico, D. Vocalelli (2017) "Groene marketing": Een analyse van definities, strategiestappen en instrumenten via een systematisch literatuuroverzicht// Journal of Cleaner Production 165 (2017) 1263e1279</p> <p>Eneizan, Bilal. (2019). Groene Marketingstrategieën: Theoretische benadering. 10.31150/ajebm.Vol2.Iss2.72.</p> <p>Taghian, Mehdi & Polonsky, Michael & D'Souza, Clare. (2016). Groene marketingstrategieën.</p>
Interactieve vragen voor R3	<p>1. Is de stelling juist of onjuist "Het concept van eco (groene) marketing als een holistische benadering van een heel bedrijfsidee en strategie definieert het belang van alle factoren om producten of diensten te creëren op basis van duurzaamheid."</p> <p>True X Valse</p> <p>2. Hoe omschrijft u eco-marketing?</p> <p>A. Eco-marketing stimuleert de winst van het bedrijf en zorgt voor bedrijfsgroei B. Eco-marketing verlengt de levensduur van een product om de productiviteit en winstgevendheid te verhogen C. Eco-marketing houdt niet alleen verband met milieubescherming en economische groei, maar heeft ook een sociale verantwoordelijkheid. (X) D. Ik weet het niet.</p>
Trefwoorden	Milieuvriendelijk, marketing, milieuvriendelijke marketingstrategieën
Vragen ter overdenking	<p>1) Hoe zou u eco (groene) marketing in uw eigen woorden omschrijven?</p> <p>2) Kent u de belangrijkste eco (groene) marketingstrategieën?</p>
Aanvullende middelen	<p>Kadyan, Jagbir. (2011). Groene Marketing: Concepten en toepassingen. Global Journal of Business Management. 5. 71 tot 76. https://www.researchgate.net/publication/315885886 Green Marketing Concepts Applications</p> <p>De video voor deel 1 van module 2 in de Canvas MOOC Course "Green Marketing" Green Marketing MOOC Module 2.1: Wat is groene marketing? Overdreven matig https://www.youtube.com/watch?v=yw6iidoqiBE</p> <p>Vier effectieve groene marketingstrategieën. ENBUS211 Videoproject//2018-07-27</p>

	<p>https://www.youtube.com/watch?v=CO41EhTlr7k Groene marketingideeën om milieuvriendelijke kleine bedrijven te promoten https://www.sbmarketingtools.com/green-marketing-ideas-to-promote-eco-friendly-small-businesses/</p>
Pictogrammen & gerelateerde info voor de hints van de PowerPoint-presentatie	
Auteur(s)	Živilė Navikienė, S.A.F.E.Projects