

Værdi og markedsføring af FN's verdensmål

Hvad har bæredygtig udvikling at gøre med din markedsføring!

VERDENSMÅL for bæredygtig udvikling

Hvad der har værdi for din virksomhed, beror meget på jeres branche, holdning og eget værdisæt.



CSR har været på programmet i nogle år, men efter FN's verdensmål, er det kommet endnu mere i fokus. Rigtig mange danske virksomheder leverer allerede i dag et vigtigt bidrag til en mere bæredygtig verden gennem deres daglige forretning. Danske virksomheder er med helt fremme inden for grøn energi, vand og cirkulær økonomi. Samtidig er danske virksomheder til stede i mange dele af verden, hvor de bidrager med arbejdspladser og økonomi, men det er ikke kun de store spillere som har en rolle at spille - små og mellemstore virksomheder kan også bidrage og det kan få stor effekt hvis det også bruges i virksomhedens markedsføring.

Der er værdi og effekt at opnå i form af de forretningsmuligheder og den markedsføring som det giver at være forbundet med verdensmålene...men der skal være handling bag ordene - det er ikke nok at sige at man støtter de 17 mål, man skal sætte ord og handling bag :-)

Hvad er FN's verdensmål for bæredygtig udvikling?

FN's verdensmål for bæredygtig udvikling blev vedtaget af verdens stats- og regeringsledere på FN topmødet i New York den 25. september 2015. Det markerede en hidtil uset ambitiøs og transformativ udviklingsdagsorden. Målene trådte i kraft den 1. januar 2016 og skal frem til 2030 sætte kurs mod en mere bæredygtig udvikling for både mennesker og planeten vi bor på.

FN's verdensmål og CSR skaber værdi til din virksomhed fordi...

- Kunder har forventninger og et ønske om at handle med ansvarlige leverandører - verdensmålene skaber tryk, fordi verdensmålene f.eks. sætter fokus på at reducere omkostningerne til energi, vand, affald mv.
- En god CSR-markedsføring skaber gennemsigtighed, åbenhed og differentiering i forhold til konkurrenterne
- Arbejdet med CSR skaber fornyelse, kreative løsninger og nye ideer som kan skabe forretning
- En god CSR-strategi reducerer risikoen for at bryde lovgivning og minimerer risikoen for negativ medieomtale
- En stærk CSR-profil skaber motivation og stolthed hos medarbejdere - og tiltrækker de bedste kandidater til nye jobs
- Da værdien og markedsføring af verdensmålene stadig er nyt - er fører position i ens branche ofte ledig, og det har værdi
- CSR sikrer at virksomhedens værdikæde har et højt etisk niveau - bl.a. gennem ansvarlige leverandører og en holding til f.eks. korrupsion

Få ekstra værdi med FN's verdensmål og CSR; Hovmark og Klimakonsulenten

Hvis du endnu ikke har fået taget hul på din virksomheds CSR politik, har Hovmark reklamebureau et samarbejde med Klimakonsulenten.dk. Klimakonsulenten har ekspertisen til at få system og værdi i CSR processen. Hovmark hjælper gerne i de naturlige dele af processen og får sat fokus på markedsføring - så I får synliggjort værdien og får skabt en større bundlinje.



Den sjove

Den gode historie gjort sjov - (vi sparer for dig).



Den Omvendte

Dårlige bremses dræber flere mennesker end våben.



Den klare

Klart budskab - klart salgspotential.



Den samvittighedsfulde

Klart budskab - klart salgspotential med en unik position på markedet.



Den ansvarlige

Ansvarlighed hvis produktet har bivirkninger.



Den store og direkte

Smid ikke dåser/affald i havet.



Den taknemmelige

FSC står for Forest Stewardship Council® og er en frivillig mærkningsordning til produkter af bæredygtigt træ og papir.



Den lokale og engagerede

Fokus på mennesker, trivsel og sundhed.

Den problem-løsende

Når man ved ens produktemballage er problemfyldt - fortælles den gode historie.

