

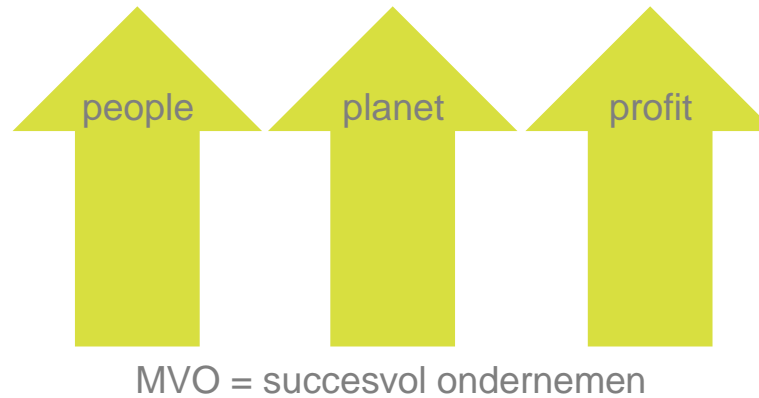




"That's our new mission statement."

of





“Business cannot succeed in societies that fail”

Maak van groen poen!?

Gerard de Winter | Koncerna



Aandachtspunten

- Business as usual?
- Duurzame marketingstrategieën
- Van MVO naar klantwaarde
- Onderaan de streep

Business as usual?

Business as usual?

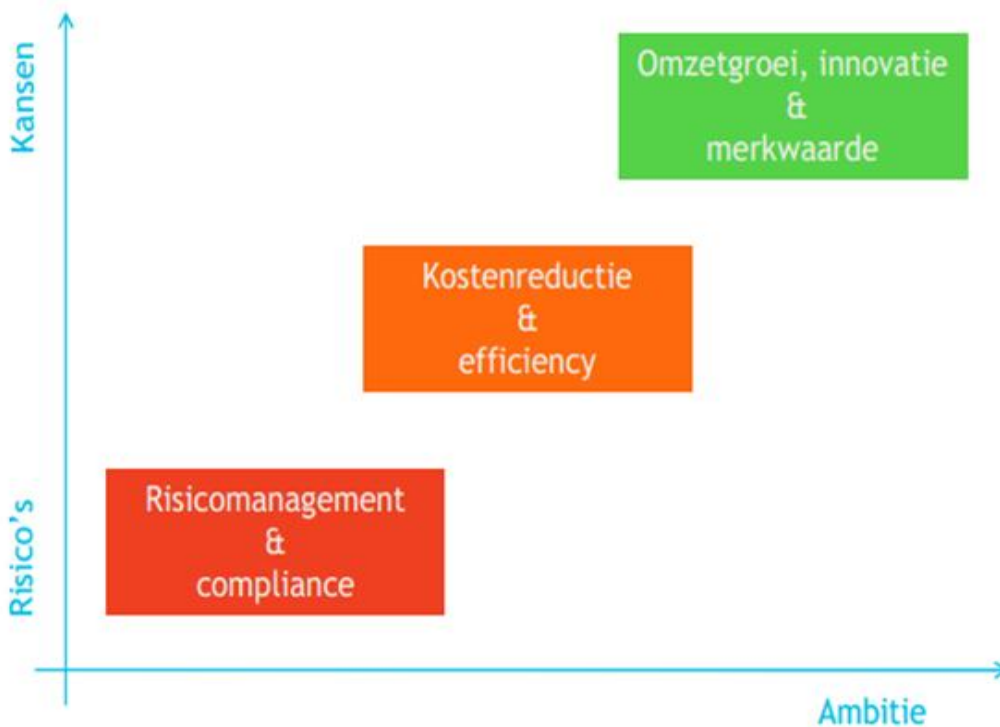
Klanten:

- hebben steeds hogere verwachtingen
- zien vaak geen onderscheid meer
- denken altijd dat het goedkoper kan
- hebben weinig vertrouwen
- zijn minder trouw
- kopen primair vanwege functionaliteit

Duurzame marketingstrategieën

Duurzame marketingstrategieën

Starten met MVO



Bron: MVO Nederland

Duurzame marketingstrategieën



Duurzame marketingstrategieën



Marktpenetratie

- mvo als entreestrategie
- mvo als verdediging
- mvo t.b.v. loyaliteit

Voorbeelden:

- Valid Express
- AH, HEMA, Lidl etc. met Groene Sint
- Caused related marketing (Pampers/Unicef)

Duurzame marketingstrategieën



Productontwikkeling

- mvo als efficiencyslag
- mvo als reactie op nieuwe klantwens
- mvo als proactieve innovatie

Voorbeelden:

- Lean&Green in logistiek
- Clickbrick van Daas Baksteen
- C2C toiletpapier van Van Houtem

Duurzame marketingstrategieën



Marktontwikkeling

- mvo t.b.v. nieuwe doelgroepen

Voorbeelden:

- Umoja catering
- LED voor consumentenmarkt
- SNS bankieren voor slechtzienden

Duurzame marketingstrategieën



Diversificatie

- mvo m.b.v. nieuwe business modellen
- mvo via verticale integratie

Voorbeelden:

- Performance based consumption, bijv. Turn Too en Steelcase
- Googles energiezuinige datacenters

Duurzame marketingstrategieën

Veranderingen in de marketing

The Disciplines of Marketing	Today's Marketing Concept	Future Marketing Concept	
Product Management	The Four Ps (product, price, place, promotion)	Cocreation	} = vertrouwen
Customer Management	STP (segmentation, targeting, and positioning)	Communitization	
Brand Management	Brand building	Character building	

Bron: Kotler

Duurzame marketingstrategieën

Innovatiemogelijkheden:

- productverbetering
- productinnovatie
- systeeminnovatie
- verdienmodellen

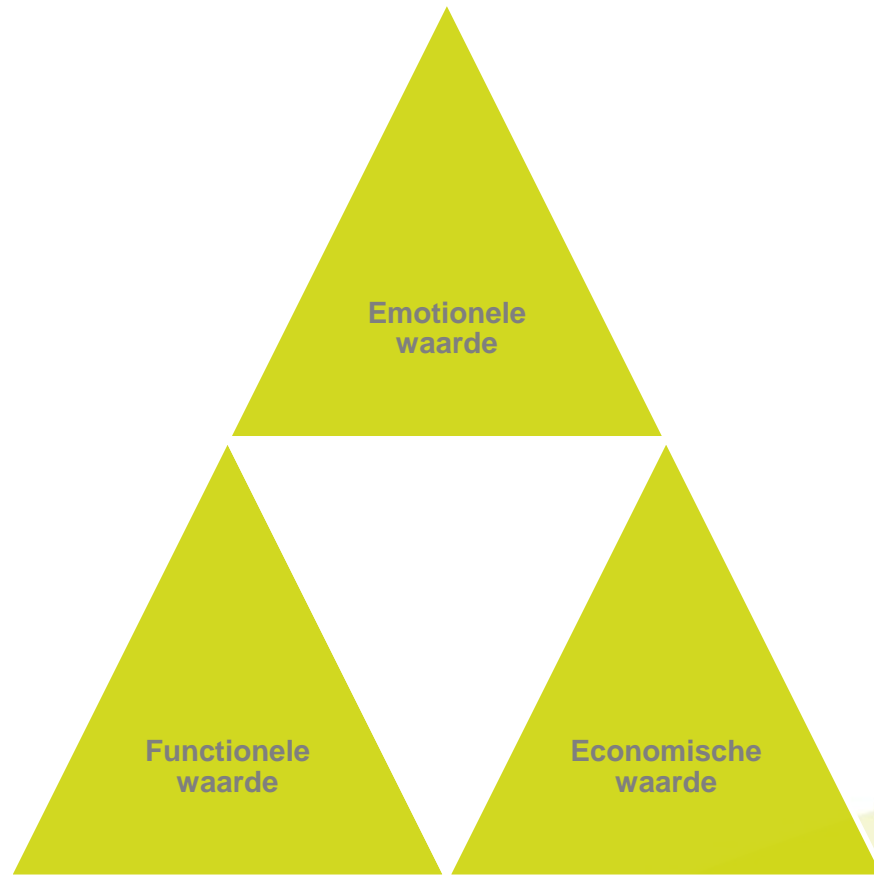
Duurzame marketingstrategieën

Innovatiemogelijkheden:

- productverbetering: een milieuvriendelijke tandenborstel
- productinnovatie: tanden poetsen zonder water
- systeeminnovatie: voorkomen van noodzaak tandenpoetsen
- verdienmodellen: performance based consumption

Van MVO naar klantwaarde

Van MVO naar klantwaarde



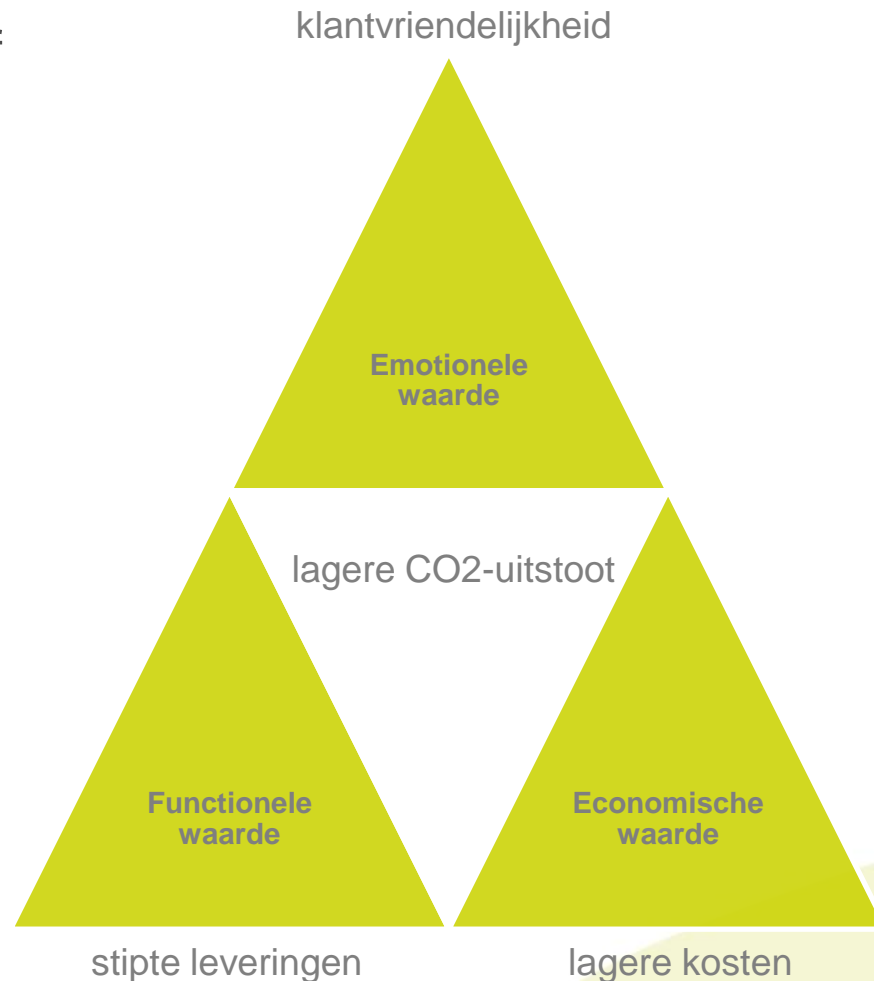
Van MVO naar klantwaarde

Klantwaarde:

- Efficiency en kostenbesparingen
- Prestaties en gebruiksduur
- Gebruiksgemak en -beleving
- Gezondheid en veiligheid
- Informatie en transparantie
- Status en betekenis
- Invloed
- ...

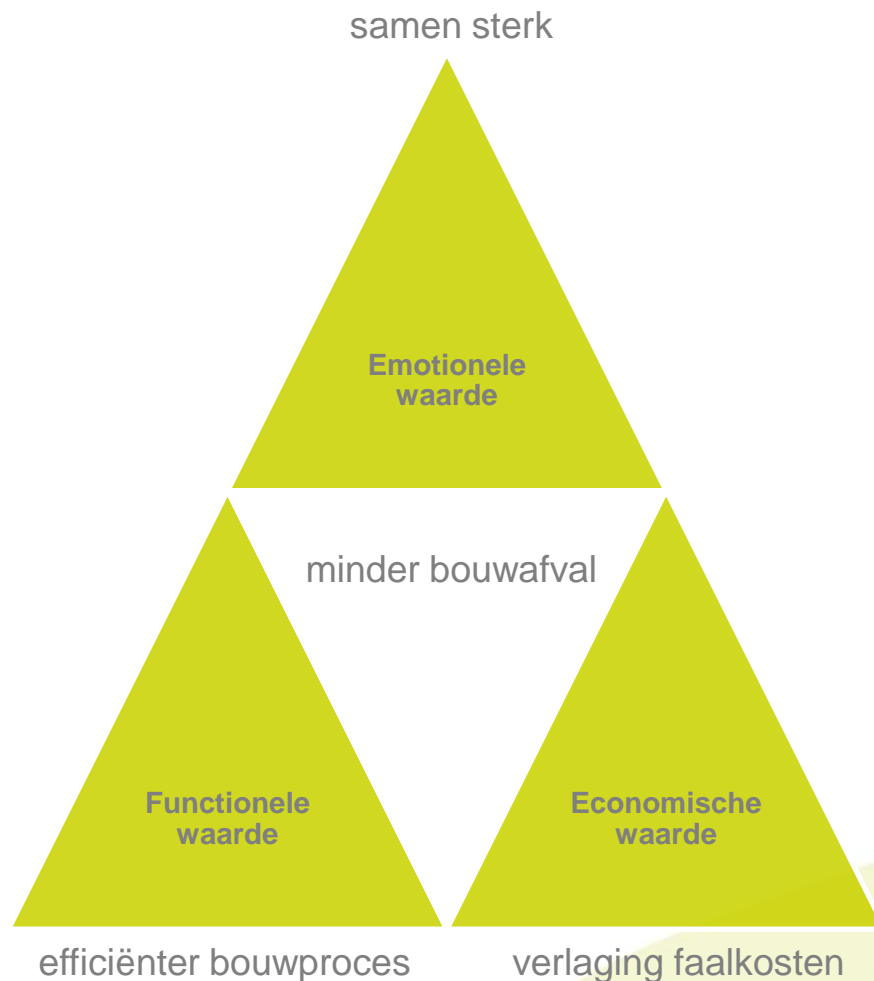
Van MVO naar klantwaarde

Transportbedrijf



MVO vertalen in klantwaarde

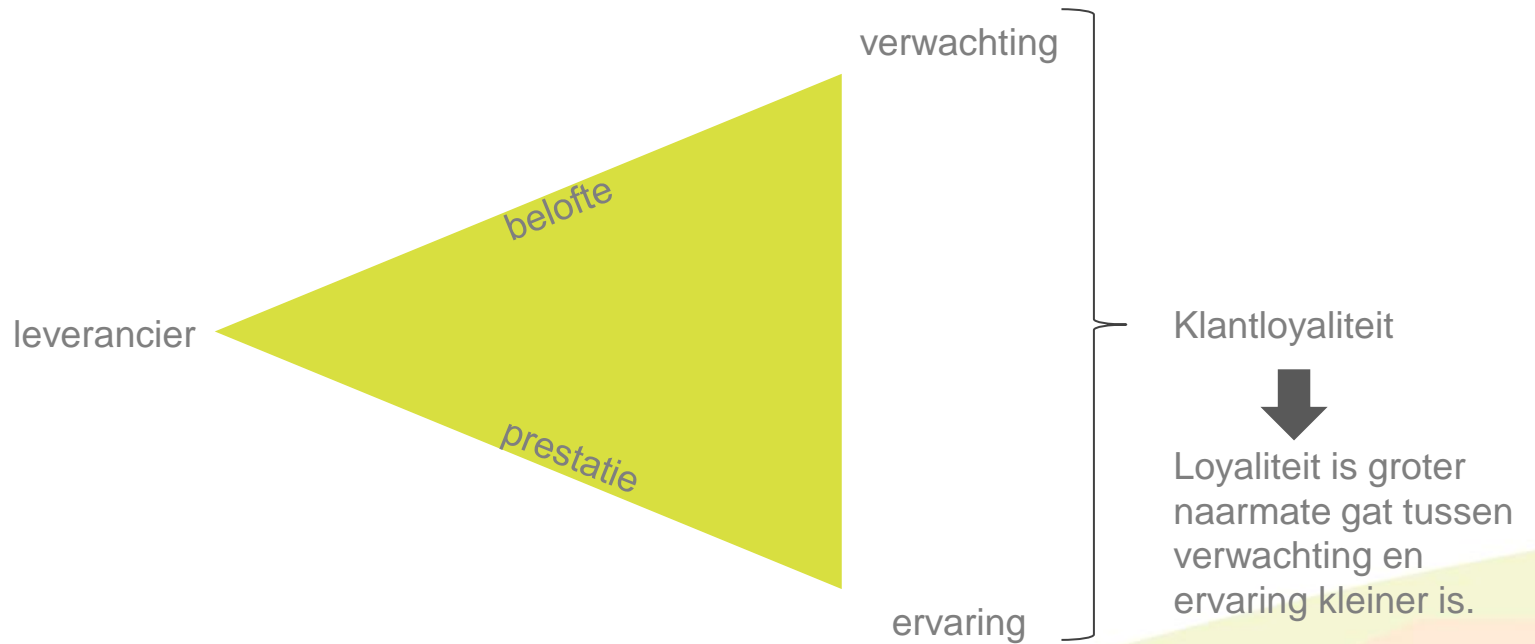
Timmerfabriek



Van MVO naar klantwaarde

- Borg het beleid
- Infecteer de organisatie
- Denk in *stakeholder value* (relevantie)
- Doe wat je zegt en zeg wat je doet
- Wees concreet, transparant en eerlijk (bewijs)
- Wees positief
- Stimuleer duurzaamheid

Van MVO naar klantwaarde



Onderaan de streep

Onderaan de streep

MVO = 4,8 procent meer rendement

Conclusie uit 18 jaar onderzoek
onder 180 beursgenoteerde bedrijven



bron: Harvard Business School

Onderaan de streep



**Medewerkers 16% productiever
in MVO-bedrijven**

Hogere motivatie

Beter getraind

Meer voordeel uit betere relaties

Bron: University of California

Onderaan de streep

1% ziekteverzuim kost 30.000 euro

Taallessen voor mensen met taalachterstand
Hogere motivatie = lager ziekteverzuim



Onderaan de streep

37.000 kWh lager verbruik/jr, 40% lagere energierekening

Energiezuinige lasapparatuur
Betere concurrentiepositie en milieuprestatie

constructiebedrijf



Onderaan de streep



50.000 euro minder brandstof

Cursus 'zuinig rijden'
slimme boordcomputers

transportfirma

Onderaan de streep

Is groen poen?

- Niet met 'help mee de wereld te redden'
- Wel door klantwaarde en vakmanschap centraal te stellen

Onderaan de streep

Munt slaan uit MVO:

- Kostenbesparingen en efficiency (total cost of ownership)
- Reputatie, vertrouwen
- Kwaliteit
- Productdifferentiatie
- Koplopersvoordeel
- Samenwerking

