Formation 7

Marketing, communication et développement durable

20 sept. 2011



Le marketing et la communication sont des fonctions à priori antagonistes du développement durable : il s'agit de permettre d'augmenter les ventes par divers artifices, en encourageant in fine la consommation de ressources qui devraient être économisées.

Pour autant le marketing et la communication ne sont que des outils, qui utilisés à bon escient, peuvent permettre d'intégrer la prise en compte environnementale et sociale dans la conception et la vente de produits et services.

Marketing éthique et communication responsable permettent également de communiquer autrement auprès de ses parties prenantes et de faire connaître ses engagements pour différencier son entreprise de manière intelligente et cohérente avec les enjeux de demain.

Programme

Introduction : quelle place pour le marketing dans la chaîne de valeur de l'entreprise et dans sa stratégie de développement durable.
Les aspects réglementaires en Europe et en France.

Les acteurs du marché et leurs attentes
- BtoB, comment devenir un fournisseur de solutions de DD pour ses clients
- La commande publique, quels avantages mettre en avant dans ses appels d'offre
- BtoC, mieux connaître les consom'acteurs et leurs paradoxes

Gagner des parts de marché par la vente de biens et services plus responsables
- Pourquoi et comment initier une démarche d'éco-conception et d'éco-design : baisse des coûts de production à moyen terme, et augmentation des marges
- Comment mettre en œuvre une offre dite « d'économie de fonctionnalité » : substitution de la vente du bien, par la vente de l'usage de ce bien (location, service)
- Le commerce équitable et les circuits courts
- Les labels publics, privés et les labels auto-déclarés

Mieux communiquer pour mieux convaincre ses clients
- Après le greenwashing, les convictions vertes ? Comment communiquer sans excès
- Gagner la confiance de ses clients par le partage de ses valeurs et de ses engagements : Charte Idée Alsace, Contrat de Progrès, etc
- Comment mettre en valeur l'offre de produits et services responsables de l'entreprise : savoir communiquer sur son Bilan Carbone© (exemple)
- Mettre en œuvre une démarche de marketing viral pour faire de ses clients les ambassadeurs de son entreprise

OBJECTIFS
- Maitriser les outils du marketing et de la communication responsable
- Savoir mettre en valeur ses engagements en matière de développement durable
- Eviter les écueils du greenwashing et gagner la confiance de ses clients
- Identifier et comprendre les nouvelles attentes de ses clients en matière environnementale et sociétale et y répondre

VOTRE PROFIL
Responsable marketing, responsable communication, chef de produit, dirigeant de PME, responsable développement durable, responsable commercial

INTERVENANT
Philippe Julie,
Consultant formateur, Latitude

PÉDAGOGIE
- Exposés interactifs
- Exemples de cas concrets
- Présentation d'outils
- Adaptation de la formation aux secteurs d'activité des participants

1 jour
450 € HT