



GREEN

**HAZ QUE
TU EMPRESA SEA
MÁS RESPETUOSA EN
EL CONTEXTO**

DIGITAL

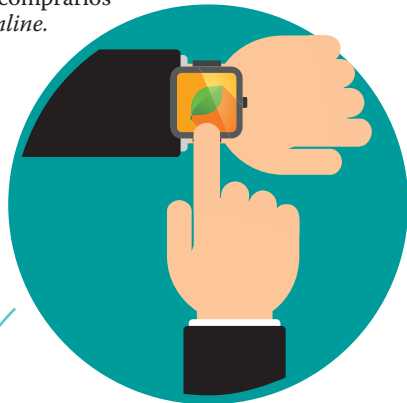
MARKETING

Juan Merodio
Experto internacional en
marketing digital y fundador
de Engage Colombia.
www.juanmerodio.com

Cada vez se habla más de *Green Marketing* o *marketing ecológico*. Personalmente, considero que todas las empresas lo deben aplicar, enfocándose en cómo pueden ser más respetuosas con el entorno global en sus contextos y en sus fases, y en cómo cada vez un mayor número de estas fases dependen de lo digital. Y aquí va mi punto.

Los consumidores somos cada vez más conscientes de proteger todo lo que nos rodea, del buen hacer de las cosas, del cuidado, incluso del ahorro, y por ello esperamos que las empresas también lo hagan, lo que les abre un nuevo campo en *marketing* e investigación, aunque hoy nos centraremos en su *mix* con lo digital.

Lo digital nos ha hecho modificar conductas de consumo, frecuencias y, en definitiva, rehacer los procesos de compras donde interviene la web en la toma de decisiones, desde la consulta de comentarios sobre determinado producto en plataformas *online* hasta su integración con el *offline* mediante la puesta en práctica del *showrooming*, es decir, visitar tiendas físicas para probar productos y servicios y luego comprarlos en plataformas *online*.



Puedes apoyarte en lo digital.

Para transmitir un ejemplo, observemos el caso de "SeventhGeneration" (seventhgeneration.com), el cual ha reducido las sustancias químicas en sus productos, preocupándose por el medio ambiente y envolviendo a sus consumidores en una ola de cambios, trabajando de la mano con la innovación para seguir su visión de construir un futuro mejor.

Así las cosas, se puede definir un nuevo objetivo empresarial: ser una *Green Brand* que reforzará la reputación de tu empresa. Esto ayudará en la toma de decisión de los clientes y, con ello, en las ventas.

¿Cómo puede ser tu marca más *green*?

Este es el punto más crítico en toda compañía: conseguir dar respuesta a esta pregunta para el modelo de su negocio. Por esto se debe analizar, en primer lugar, la filosofía de tu empresa y responder muy sinceramente las siguientes preguntas:

¿Inviertes en mejorar los procesos de tu negocio para ser más respetuoso con el medio ambiente?

¿Es tu empresa totalmente transparente con el cliente y con sus empleados?

¿La misión, visión y valores que definiste inicialmente son los que en realidad estás llevando a la práctica?

Lo digital nos ha hecho modificar conductas de consumo.

Una empresa *green* debe ser responsable y coherente en todo sentido, no sólo con lo que respecta al medio ambiente, sino con lo que hace referencia a sus clientes, a sus proveedores, a sus colaboradores; en definitiva, ¿es respetuosa en todos sus ciclos?

Puedes apoyarte en lo digital para serlo, creando kits de prensa digitales, haciendo las notificaciones digitales o, en su lugar, en papel ecológico y personalizado, procurando que el consumo de suministros en tu empresa sea ecológico, comunicando oficialmente que tu compañía está invirtiendo determinado porcentaje de su presupuesto a transformarse hacia una *Green Brand*, cuidando la imagen de marca que transmites.



¿Has establecido ya alguna estrategia para convertirte en una *Green Brand*?