Artykuł pochodzi ze strony
http://www.zig.eco.pl/a67_przedsiebiorco_dzialaj_ekologicznie_to_sie_oplaca.html

Przedsiębiorco! Działaj ekologicznie - to się opłaca!

Ewelina Ciaputa, 30.04.2009

Dbałość o środowisko naturalne stanowi dzisiaj jeden z najbardziej docenianych walorów przedsiębiorstw i producentów. Konsumenci, coraz bardziej świadomi znaczenia działań proekologicznych, w swoich wyborach kierują się osiągnięciami marketerów na tym polu.

Badania na temat wpływu działań proekologicznych przedsiębiorstw na ich wizerunek przeprowadzone przez Euro RSCG Sensors wykazały, iż 75% konsumentów w Polsce uważa, iż działania proekologiczne danego przedsiębiorstwa wpływają na większe zaufanie do niego. Jednocześnie 1/3 badanych stwierdziła, iż nadal mimo wszystko zbyt mało działań podejmowanych jest w tym zakresie.

Jednak marketerzy starają się udowodnić, iż środowisko naturalne jest dla nich ważne i dlatego też między innymi przyłączają się do projektów prowadzonych rzez różne organizacje, jak np. akcja WWF "Godzina dla Ziemi", której celem jest walka z globalnym ociepleniem. Akcja polega na wyłączeniu na godzinę światła. Tegoroczna odsłona tej inicjatywy przyniosła zgaszenie światła w 3943 miejscowościach, w 88 krajach i 25 strefach czasowych.

Inną inicjatywą w zakresie zachęcania nie tylko konsumentów, ale także i własnych pracowników, do działań proekologicznych jest akcja "Zielone biuro" firmy Carlsberg Polska. Celem akcji jest ukazanie pracownikom firmy jak ważne są działania mające na celu ochronę środowiska w codziennej pracy w biurze. Akcja, która rozpoczęła się w 2008 roku polega między innymi na ukazaniu pracownikom firmy, iż ich decyzje mają wpływ na ochronę środowiska, dlatego też w takich miejscach gdzie znajdują się np. wyłączniki światła czy drukarki zostały umieszczone naklejki z proekologicznymi hasłami.

Działania proekologiczne uwzględniają w swojej działalności także inne firmy, jak np. Sharp Elektornics, która obchodząc "Dzień bez samochodu" zakupiła swoim pracownikom całodobowe bilety na przejazdy zbiorowe. Firma starała się także zachęcać pracowników do rezygnacji z jakiegokolwiek transportu namawiając do spaceru. Na wiosnę planowana jest akcja po hasłem "Trycykle your life sharply", której celem jest zbiórka nieużywanych już urządzeń.

Poza działaniami mającymi nauczyć pracowników danego przedsiębiorstwa "dobrych nawyków" firmy skupiają się także na konsumentach. I tak Carlsberg Polska planuje wprowadzić na rynek torby ekologiczne dodawane gratis do zakupionego piwa marki Karmi Classic. Akcja ma się rozpocząć w okresie letnim tego roku.

Firmy motoryzacyjne także zdają sobie sprawę z wagi ich działań na środowisko. Dlatego też niektóre z nich starają się wprowadzać nowe rozwiązania wykorzystujące alternatywne źródła energii, takie jak silniki zasilane paliwami odnawialnymi.

Zatem Przedsiębiorco im więcej działań proekologicznych w twojej firmie tym większe zaufanie konsumentów do twoich usług. Na ochronie środowiska zatem możesz tylko zyskać!

Źródło: Media i Marketing, "Jedenaste przykazanie" Dominika Dworek, 08.04.2009
fot.: sxc.hu