

MASTERCLASS DUURZAAMHEID INTEGREREN IN DE MARKETINGSTRATEGIE

HOE DUURZAAMHEID TE GEBRUIKEN IN DE POSITIONERING RICHTING KLANTEN IS
VOOR MERKEN IN DE FMCG EEN BELANGRIJK NIEUW VRAAGSTUK



NYENRODE
BUSINESS UNIVERSITEIT

Een tweedaagse
masterclass op
19 en 20 januari 2011
bij Nyenrode
Business Universiteit
(incl. overnachting)



Duurzaamheid integreren in de marketingstrategie

FMCG loopt achter

Al dan niet geholpen door regelgeving of pressie van buiten, hebben veel bedrijven al grote stappen gezet in het verduurzamen van hun inkoop en productieproces. Binnen de marketing van bedrijven is duurzaamheid echter een nog relatief klein onderwerp. Uit diverse onderzoeken blijkt dat zeker in FMCG, een branche die traditioneel juist voorop loopt als het om marketing gaat, men nog worstelt met het tot marktwaarde brengen van de maatschappelijke trend van duurzaamheid. Slechts een heel klein percentage van alle succesvolle productintroducties in de afgelopen 5 jaar, blijken een propositie op duurzaamheid te hebben. In deze masterclass maken we helder waar de marketingkansen voor duurzaamheid precies liggen en hoe u die in uw praktijk ten gelde kunt maken. U ontdekt hoe u met uw merk 'duurzaamheid' uit haar niche krijgt. Daarbij krijgt u door de vele praktijkvoorbeelden en door het inzoomen op uw specifieke situatie, veel handzame oplossingen mee naar huis.

Docenten

- **Prof. dr. Kitty Koelemeijer**, Professor Marketing bij Nyenrode Business Universiteit en directeur van het Marketing and Supply Chain Management Cluster.
- **Drs. Rob Wetzels**, Director Sustainability Development Projects and Programs van het Center for Sustainability. Begeleidt duurzaamheid gedreven innovatie en ontwikkelingsprojecten, programma's en processen
- **Drs. Ard Hordijk**, Senior onderzoeker bij het Center for Sustainability, gespecialiseerd in duurzaam ondernemen en duurzame handel
- **Drs. Niels Willems**, strategisch marketingadviseur en partner van Business Openers

Praktijkbijdragen

Door sprekers vanuit Heinz, FrieslandCampina, GfK en Solidaridad.

Opzet van de masterclass

Deze tweedaagse Masterclass biedt u inzicht in de state of the art kennis en ervaring van positionering van duurzaamheid en best practices van koplopers. U wordt bovendien in staat gesteld om op basis van die kennis te verkennen welke mogelijkheden u zelf heeft om uw marketingstrategie te versterken. De opzet van de Masterclass is praktisch en interactief. Het programma is door Nyenrode in samenwerking met GfK, Solidaridad en Business Openers ontwikkeld en is tevens de start van een nieuw op te richten platform 'sustainable marketing'. Dit platform brengt koplopers in duurzame marketing regelmatig samen, om nieuwe ontwikkelingen en vraagstukken te spotten en te onderzoeken.

De volgende onderwerpen komen aan de orde:

- De duurzame consument; resultaten van de GfK Duurzame consumptie monitor 2010. Direct bruikbare inzichten in houding en koopgedrag van de Nederlandse consument in relatie tot duurzaamheid en duurzaamheidsthema's in het algemeen en de thema's dierenwelzijn, biologisch en fair trade in het bijzonder
- Rol, verwachtingen en mogelijkheden vanuit het perspectief van de retail
- Duurzame ketenontwikkeling voor producten of grondstoffen afkomstig uit ontwikkelingslanden en hun betekenis voor marketing; welke modellen en voorbeelden zijn er om tegelijkertijd economische, sociale en ecologische waarde in de keten te creëren? Door Solidaridad
- Best practices van duurzame profilering. Koplopers vertellen hun verhaal over hoe zij duurzaamheid in hun profilering hebben opgenomen.
- Duurzame branding: praktische handreikingen om een merkeigen strategie voor duurzaamheid te ontwikkelen die de waarde van het merk versterkt. Onder begeleiding van Business Openers.

Voor wie bedoeld

Marketing professionals van (middel)grote bedrijven en multinationals uit de FMCG-sector die als fabrikant of als retailer gestart zijn met het verduurzamen van hun productieketen en die daar door marketing profijt uit willen halen.

Wat levert het u op:

- U bent op de hoogte van recente inzichten en ontwikkelingen rond de kansen en risico's voor duurzame marketing;
- U heeft de ervaringen van koplopers zelf gehoord;
- U heeft inzicht in kennis, houding en gedrag van uw doelgroep met betrekking tot duurzaamheid en aanknopingspunten om dit marketingstrategisch te benutten
- U heeft inzicht in de marketingmogelijkheden voor duurzame ketenontwikkeling
- U leert instrumenten om duurzaamheid in uw (merk)profilering op te nemen en ontwikkelt een eerste strategie daartoe.

Deelnemers ontvangen een certificaat van deelname aan deze bijzondere masterclass en kunnen deelnemen aan het platform 'sustainable marketing'.

Uw investering

€ 1.995 excl. BTW incl. verblijfskosten

MEER INFO/AANMELDEN

Meer informatie kunt u krijgen door contact op te nemen met drs. Rob Wetzels via
T 0346 291 213
E r.wetzels@nyenrode.nl

Aanmelden via een email aan
E r.wetzels@nyenrode.nl
U ontvangt dan een aanmeldingsformulier.