

Sugestão de imagem

Marketing Sustentável: transformando seu negócio

Diante de um mundo que aponta cada vez mais para as mudanças climáticas, torna-se importante entender como o **Marketing Sustentável** pode fazer com que um negócio consiga se integrar a todos esses novos critérios que foram colocados.

Desde o surgimento do marketing, ele consegue trazer adaptações importantes dentro dos mais variados contextos de mercado e, também, históricos, conseguindo orientar impactos bastante relevantes dentro das mais diversas estruturas.

Esses são pontos importantes que demonstram que ele está a serviço do mercado e, também, das possibilidades econômicas e de consumo de cada tempo, o que pode fazer com que ele seja um elemento bastante duradouro no mercado.

Há, diante disso, uma série de estratégias que surgiram a partir de demandas que foram consolidadas dentro da sociedade e pelas empresas, o que trouxe inovações importantes para as marcas.

Saber como lidar com esses elementos pode ser um fator determinante para que haja uma elaboração estratégica que consiga entender como o marketing poderá criar soluções dentro das demandas colocadas pelo público.

Do ponto de vista da sustentabilidade, fica claro que há uma demanda que coloca as empresas em uma situação de respostas importantes que precisam ser dadas ao público a respeito de práticas e outras orientações.

Saber lidar com esses aspectos pode fazer com que uma fábrica especializada em [divisória banheiro coletivo](#) consiga trazer algumas vantagens para o seu negócio dentro de algumas atitudes importantes.

Nesse caso, a utilização de madeira de reflorestamento ou compensados para que haja uma elaboração dentro dessas dinâmicas pode ser um fator bastante relevante para garantir ao público uma noção consciente.

O marketing e um novo consumo

Com base nisso tudo, é possível perceber que há uma busca cada vez mais qualificada para que haja uma elaboração de consumo que consiga lidar com os desafios colocados pelo planeta e, também, pelo público de uma forma geral.

Desde seu surgimento, o marketing busca criar algum tipo de vínculo com o público a partir de uma comunicação precisa, mas esses elementos foram variando de forma bastante ampla dentro dessas elaborações.

Isso porque não havia perspectivas de mídias que conseguissem lidar de forma direta com o público, o que fez com que o marketing tivesse uma atuação um pouco mais incisiva dentro das comunicações possíveis.

Esse período, por exemplo, ficou conhecido como marketing 1.0, termo cunhado pelo pensador Philip Kotler.

Nessas instâncias, para vender uma [moldura de gesso para cozinha](#), o que era recomendado era fazer uma comunicação a partir de algum veículo de mídia que tivesse uma penetração no público definido pela empresa.

Logicamente, esses mecanismos foram ganhando outras qualificação com os anos, o que deu origem a uma nova lógica de consumo muito mais ampla, o que fez com que algumas exigências e possibilidade fizessem parte da elaboração do marketing.

Hoje em dia, por exemplo, é possível entender que o público consegue colocar suas demandas de forma muito mais clara para as empresas, elaborando valores e outros aspectos importantes de interações.

Isso se dá, principalmente, por conta do alto fluxo de possibilidades que surgiram para os clientes, o que ajudou a fazer com que seu poder de escolha tivesse uma orientação muito mais ampla.

Nesse caso, a busca por um [espelho bisotado para quarto](#) pode trazer muito mais elementos do que apenas o aspecto funcional desse tipo de produto, ajudando a qualificar, inclusive, uma demanda por designs.

Seja a partir de uma influência das redes sociais ou de algum determinado tipo de comportamento baseado na cultura pop, esses são fatores que precisam ser levados em consideração pelas empresas.

Não há como pensar em nenhum tipo de orientação sólida das empresas nos dias de hoje sem que os assuntos dos clientes sejam levados em consideração de forma séria, o que pode ser muito importante.

Esse pode ser um aspecto que impacta os mais diversos tipos de mercado, como é o caso de uma empresa que fabrica [cofres contra fogo](#) e que, por conta disso, precisa arranjar elementos que demonstrem a segurança de seu equipamento.

Sustentabilidade: um assunto essencial

Dentro de todas as perspectivas colocadas pelo consumidor, a sustentabilidade é, de fato, um dos pontos que se encontram no topo desses elementos de debate, uma vez que é fundamental pensar nesses elementos de uma forma geral.

Não há como pensar em uma lógica de futuro sem que haja uma orientação a respeito de elementos sustentáveis no presente, o que tem se tornado um elemento importante de consciência..

Hoje em dia, há uma série de debates que podem ser formulados dentro de instâncias governamentais, empresariais e sociais que demandam uma orientação para melhorias dos processos de desenvolvimentos do presente sem prejudicar o futuro.

Desta forma, há 3 pilares que são essenciais para que haja uma consideração a respeito da sustentabilidade dentro do debate.

Sustentabilidade ambiental

Esse é um dos aspectos mais importantes, uma vez que ele consegue lidar de forma ampla com os problemas que incidem no meio ambiente, tentando reduzir os danos dos efeitos climáticos, por exemplo.

Sustentabilidade social

A sustentabilidade social tem a ver com a responsabilidade das empresas com a sociedade em que elas estão inserida, norteando alguns valores éticos importantes para essa atuação.

O que pode fazer com que um serviço de [cuidador de idosos 12x36](#) tenha algumas bagagens novas a partir das demandas estabelecidas pelo público.

Sustentabilidade econômica

Esse pilar é uma grande preocupação dentro do mundo empresarial e da sociedade civil, uma vez que a população do mundo cresce e as perspectivas de evolução do ponto de vista produtivo, também.

Por esse motivo, um fabricante de [expositor de acrílico](#) pode assumir algumas perspectivas sustentáveis para que haja uma orientação responsável a respeito de todos os seus elementos de produção.

O que é marketing sustentável?

Diante disso, o marketing sustentável é aquele que consegue lidar com as ações de responsabilidades internas da empresa, assim, colocar isso para o mercado para que haja um reconhecimento do grande público.

Há, logicamente, ações que são elaboradas pelo marketing sustentável para que ele consiga ter uma elaboração mais sólida dentro dessas instâncias de atuação.

É possível, por exemplo, que em um [curso de comissário online](#) as aulas tenham abordagens que correspondam com os debates climáticos.

Há, também, a possibilidade do marketing trabalhar com uma noção de hospedagem de site que consiga lidar com uma baixa emissão de carbono, uma vez que esse é um elemento bastante criticado dentro dos servidores.

Desta forma, do ponto de vista dos negócios, é possível que alguns pontos sejam levados em consideração como vantagens importantes dentro dessas orientações de negócios:

- Posicionamento da marca;
- Maior credibilidade do mercado;
- Alinhamento legislativo;
- Marca como referência.

Esses são pontos importantes que podem incidir, por exemplo, dentro de uma lógica bastante sólida em um [serviço de catering](#) que usa ingredientes orgânicos, por exemplo.

Negócio sustentável: por onde começar?

Há, diante disso, uma necessidade bastante grande da empresa refletir no marketing os valores internos que estão sendo consolidados por ela.

Desta forma, é importante entender como elaborar uma boa prática de negócios sustentável, uma vez que há uma orientação cada vez maior de observação do público e, também, legislações que trabalham com esses pontos.

Buscar bons fornecedores

Nesse caso, é importante que a empresa esteja preocupada em disseminar boas práticas dentro do mercado, o que, via de regra, pode incidir em uma busca mais sólida por fornecedores que trabalham com esses valores, também.

Por exemplo, uma empresa que trabalha imprimindo documentos pode buscar alguma fábrica que trabalha com materiais reciclados, dando uma noção menor de desperdícios.

Orientar boas práticas internas

Nesse caso, é importante que os funcionários estejam alinhados com esses elementos, o que, via de regra, pode ser um fator importante para que haja uma defesa externa dos valores da empresa por parte deles.

Buscar, por exemplo, sustentar uma lógica de coleta seletiva pode ser uma solução educativa bastante importante nesse sentido.

Além disso, é possível pensar em algumas estruturas que conseguem lidar com dinâmicas de recolhimento de lixo eletrônico, uma vez que todo mundo possui algum, mas nem sempre sabe onde descartar.

Esses são elementos pequenos, mas que, a longo prazo, podem fundamentar uma cultura ecológica dentro da empresa.

Considerações finais

A elaboração dos debates sustentáveis passou a ser um fator bastante importante para que houvesse uma elaboração a respeito de alguns elementos.

Nesse caso, é importante entender como esses elementos podem lidar de forma ampla com o marketing de uma forma geral.

Assim, o consumo qualificado consegue trazer esses elementos de debate para dentro das empresas.

Esse texto foi originalmente desenvolvido pela equipe do blog [Guia de Investimento](#), onde você pode encontrar centenas de conteúdos informativos sobre diversos segmentos.