MEER IMPACT MAKEN

door je merk, mensen én maatschappij te verbinden

b-open

Bart Brüggenwirth, oprichter
PIM – Merken met een purpose, marketing met impact
Utrecht, 18 september 2019

2020
IN SEPTEMBER

Meer impact maken

- **Business as unusual**
- Betekenis van purpose
- Route naar meer impact
- Wrap-up

De purpose van bedrijven verandert

CORPORATE GOVERNANCE

Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote 'An Economy That Serves All Americans'

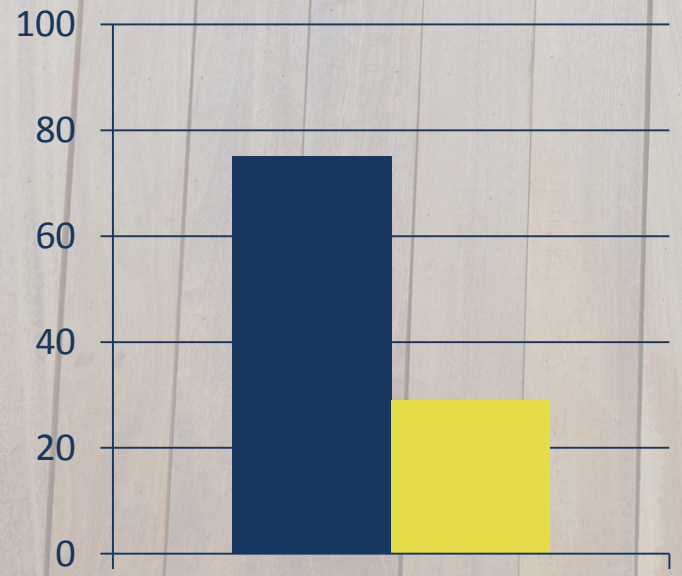
AUG 19, 2019

Updated Statement Moves Away from Shareholder Primacy, Includes Commitment to All Stakeholders

"Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and **society at large**."

– American Marketing Association

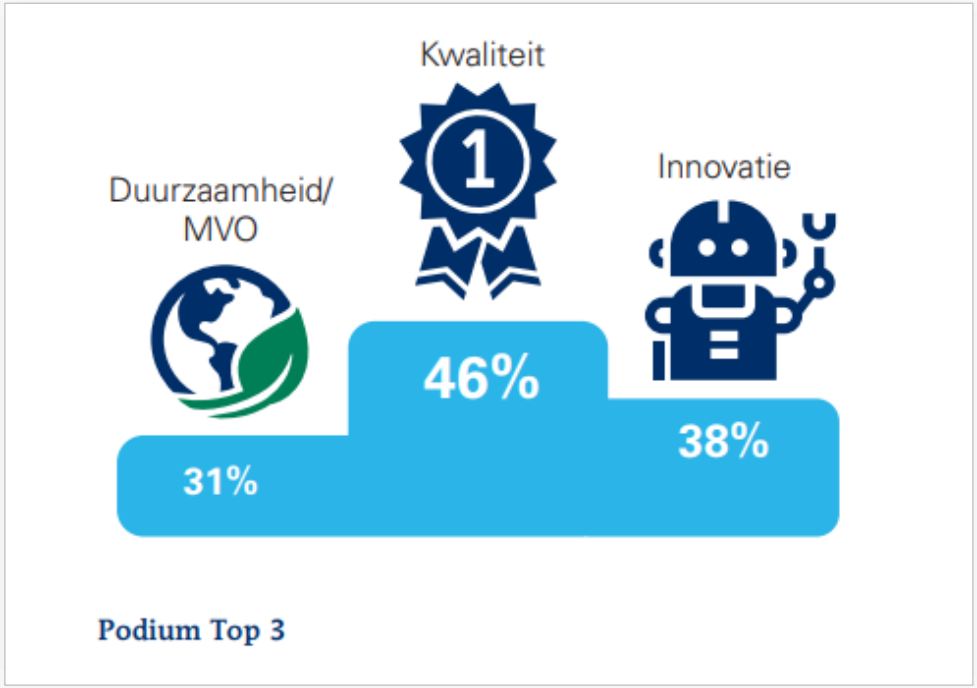
Consument verwacht actie van bedrijven



- bedrijven moeten positieve bijdrage leveren aan maatschappij
- bedrijven leveren een positieve bijdrage aan maatschappij

Dossier DUURZAAM

MVO biedt onderscheidend vermogen



purpose
mvo
marketing

Meer impact maken

- Business as unusual
- **Betekenis van purpose**
- Route naar meer impact
- Wrap-up

Adformatie
marketing. media. communicatie. creatie.

Grote Marketing Enquete: Marketeers omarmen purpose marketing

Adformatie
marketing. media. communicatie. creatie.

Hoeveel purpose kunnen we nog verdragen?

Adformatie
marketing. media. communicatie. creatie.

Purpose is dé marketingkans van nu

Unilever-topman spreekt in Cannes zorg uit over purpose washing

Volgens Alan Jope, de opvolger van Paul Polman, raken mensen langzamerhand hun vertrouwen kwijt in de geloofwaardigheid van reclame.

PURPOSE MARKETING 19 JUNE 2019 RODERICK MIRANDE

frank news

OVER ONS WHITEPAPER CONTENT PA

HOME ARTIKELEN VIDEO'S PODCASTS PARTNER CONTENT

René Repko: Eenmaal voor het schap zeggen consumenten onbewust 'fuck die purpose'

SERIE: MARKETEERS AAN HET WOORD

BAS HAKKER | MARKETING | DINSDAG 18 DECEMBER 2018

Verschillende interpretaties

Impact

bijdragen aan een purpose

Intentie

een purpose hebben

Maatschappelijk doel als purpose

Maatschappelijk doel als purpose

Maatschappelijk doel als purpose

Maatschappelijk doel als purpose

Klantbehoefte als purpose

Klantbehoefte als purpose

"We want to create an IKEA business model that is sustainable. The IKEA vision, to create a better everyday life for the many people, is our inspiration."
IKEA

Meer impact maken

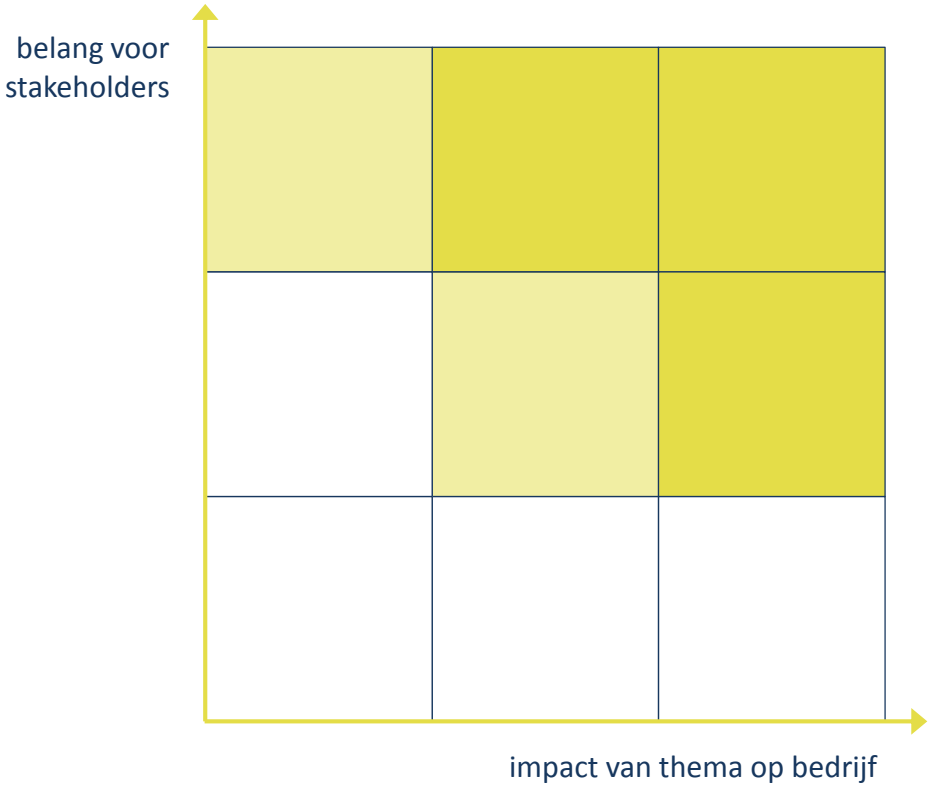
- Business as unusual
- Betekenis van purpose
- **Route naar meer impact**
- Wrap-up

Route naar meer impact

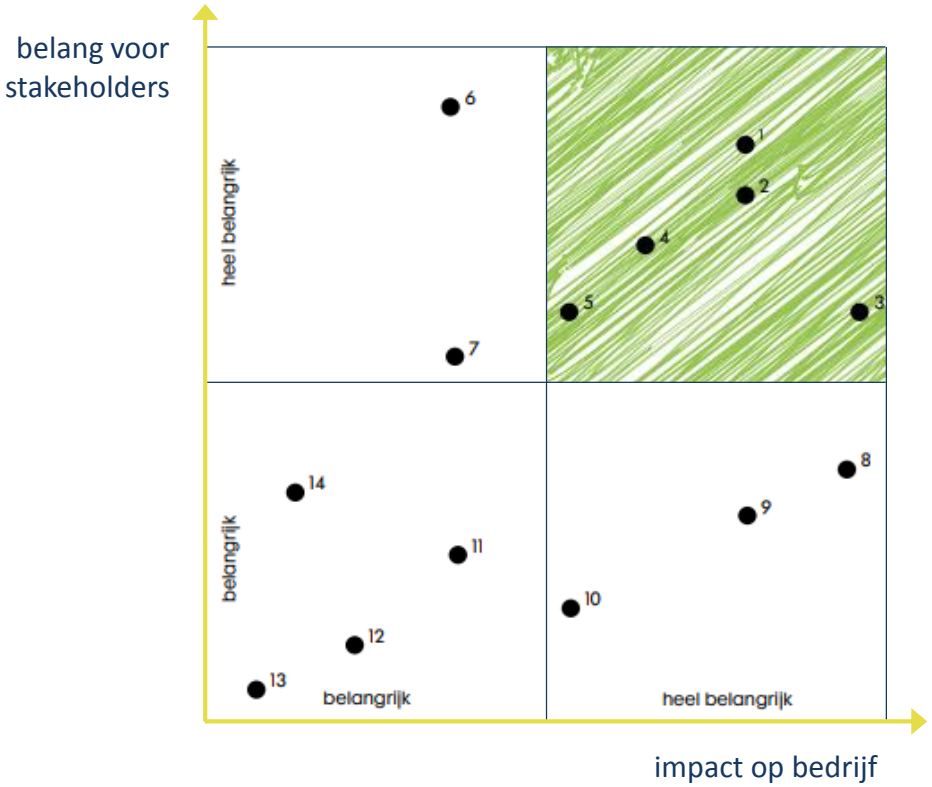
1. Relevante thema's, performance en ambitie
2. Gewenste merkfocus en samenhang
3. optioneel: integratie in merkpositionering
4. Betekenismix strategie

Realisatie

1. Relevante thema’s – materialiteitsmatrix

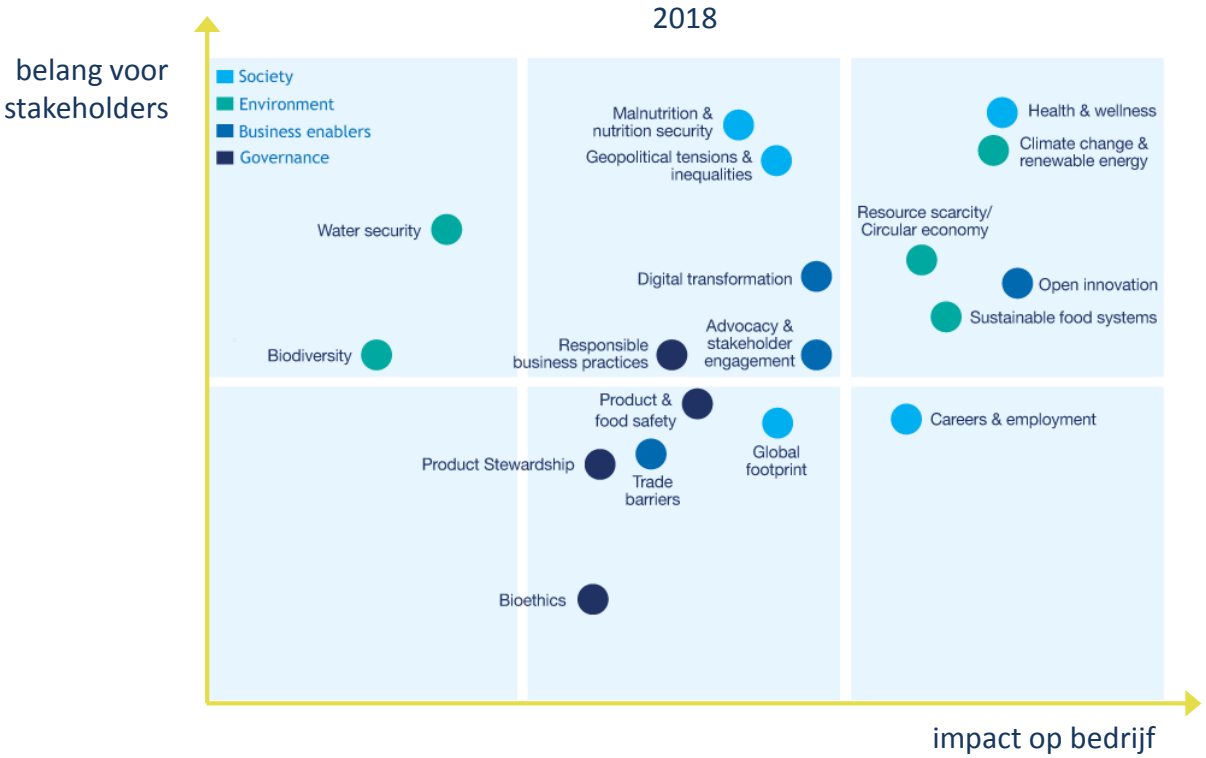


Materialiteitsmatrix

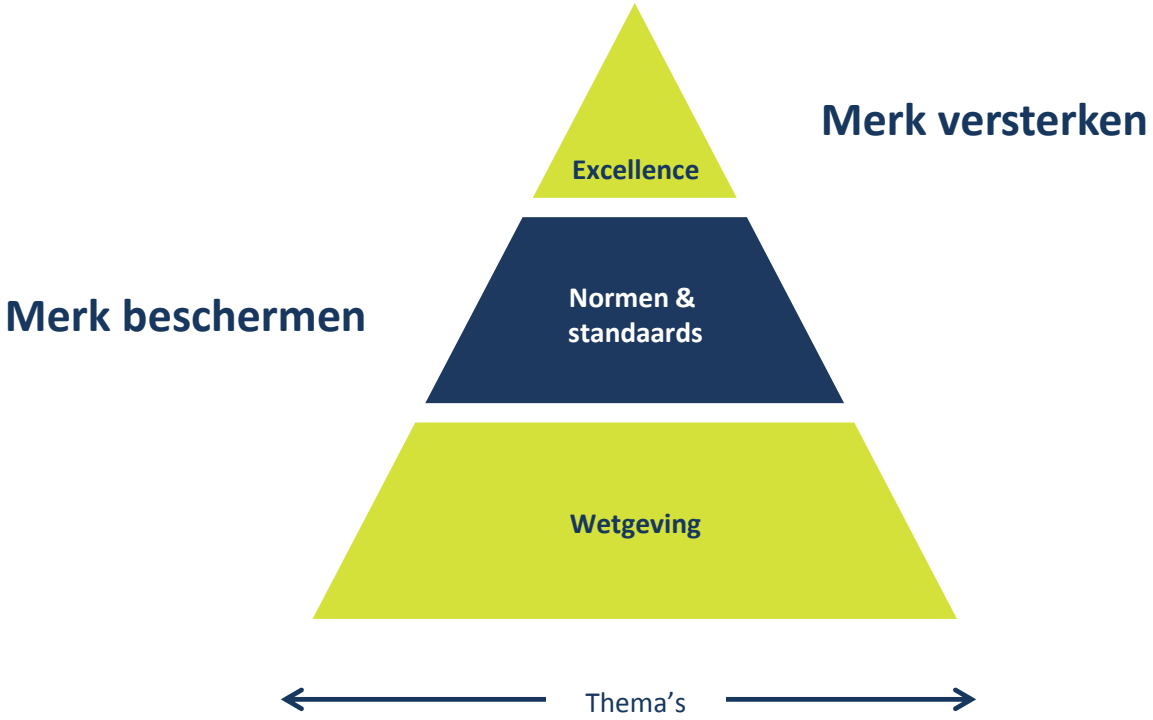


1. Milieu
2. Voedselverspilling
3. Verpakkingen
4. Duurzaam ontwerp
5. Grondstoffen en materialen
6. Arbeidsomstandigheden bij producenten
7. Afval en recycling
8. Goed werkgeverschap
9. Ketentransparantie
10. Maatschappelijke betrokkenheid
11. Gezonde producten
12. Klanten betrekken bij het duurzaamheidsbeleid
13. Lokale initiatieven steunen
14. Dierenwelzijn

Materialiteitsmatrix



2. Gewenste merkfocus en samenhang



Maatschappelijke betekenis

3. Maatschappelijke betekenis in de merkpositionering

Kern (why)

Strategische pijler (how)

Eigenschap

3. Maatschappelijke betekenis in de merkpositionering

Kern (why)

Strategische pijler (how)

Eigenschap

4. Betekenismix strategie

- Duurzame ketens

Betekenismix strategie

- Duurzame ketens
- Innovatie

Betekenismix strategie

- Duurzame ketens
- Innovatie
- Empowerment

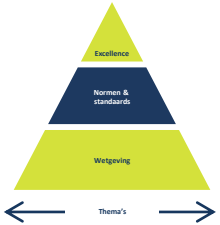
Betekenismix strategie

- Duurzame ketens
- Innovatie
- Empowerment
- Community involvement

Betekenismix strategie

- Duurzame ketens
- Innovatie
- Empowerment
- Community involvement
- Merkactivisme

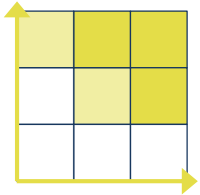
Route naar meer impact



- Duurzame ketens
- Innovatie
- Empowerment
- Community involvement
- Merkactivisme

1. Relevante thema's, performance en ambitie
2. Gewenste merkfocus en samenhang
3. optioneel: integratie in merkpositionering
4. Betekenismix strategie (verankering)

Realisatie



Kern (why)

Strategische pijler (how)

Eigenschap

Meer impact maken

- Business as unusual
- Betekenis van purpose
- Route naar meer impact
- **Wrap-up**

Purpose is geen middel, maar een doel

Marketing x mvo = impact^3

be the change!

Het copyright op de dia’s in deze presentatie berust bij b-open.
Voor gebruik van de dia’s of inhoud daarvan (modellen, checklists)
dient vooraf toestemming gevraagd te worden.

b-open

building better brands
for a better world

Bart Brüggenwirth
tel. 06 – 14 92 61 53
bart@b-open.nl
www.b-open.nl