

10 tips voor het vermarkten van groene producten

1. Groen is geen positionering

- mensen worden primair gedreven door eigen gewin, "what's in it for me?"
- wat draagt uw groene oplossing bij aan reële klantbehoeften van uw doelgroep?
- versterkt een groen product de merkwaarden van uw bedrijf?

2. Vind een nieuwe, bredere doelgroep

- "groen" is geen niche meer
- verleg de focus van die "oergroene klant" naar een bredere doelgroep

3. Stapel product voordelen op

- doe geen concessies aan de belangrijkste eigenschappen (kwaliteit, gemak,...)
- "groen" als één van de voordelen van een product versterkt vaak wel de aantrekkelijkheid
- probeer een logische relatie te leggen tussen producteigenschappen of -prestaties en duurzaamheid

4. Zorg voor een goede beschikbaarheid

- werp geen drempels op voor de verkrijgbaarheid van product én de bijbehorende informatie
- werk samen met ketenpartijen, omarm point of sale

5. Groen steunt op vertrouwen

- bouw voldoende kennis op binnen uw bedrijf over de duurzaamheid van uw product
- onderbouw uw duurzame prestaties met rapporten van keuringsinstanties, keurmerken
- pareer vooroordelen die bij uw doelgroep leven
- zoek samenwerking met belangenorganisaties
- inzichten en percepties omtrent duurzaamheid veranderen, hou dit bij!

6. Ontwikkel een aansprekend verbindend concept

- analyses verkopen niet, maak het simpel en tastbaar
- zorg dat de onderbouwing van uw product te vangen is in een verhaal dat tot de verbeelding spreekt
- maak dat het een positieve keuze is!

7. Licht de klant goed voor

- laat zien waar uw bedrijf voor staat, wees transparant
- een klant is vaak een leek en kan uw product niet doorgronden, werk eraan zijn vertrouwen te winnen- en te verdienen!
- manipulatie werkt niet, de klant is goed geïnformeerd
- zorg voor actieve betrokkenheid van de klant én zorg voor een dialoog met uw klant, voor dat ze "ontploffen" in blogs en negatieve PR
- onderwijs de klant als je vooral bewustzijn bij de klant wilt creëren

8. Communiceer in de juiste toon en stijl

- relativeer, wees niet te serieus of belerend, zorg voor een knipoog
- stem uw taalgebruik af op wat de klant kan begrijpen

9. Benut de sympathie rond duurzaamheid

- relatief gemakkelijk free publicity te krijgen in diverse media
- in b-t-b marketing: betrek klanten erbij, zij willen voor een sympathiek bedrijf vaak graag ambassadeur zijn

10. Doe het niet als

- uw bedrijf het milieu zwaar vervuilt
- u een gevaarlijk product levert (groener maakt niet veiliger)
- als u nauwelijks een groener product hebt dan uw concurrent
- u alleen valse of irrelevante claims kunt gebruiken
- er geen bewijs is van de prestaties

Voor meer informatie, neem contact op met Mechteld Bakkeren, adviseur Syntens, 088-4440226 of mechteld.bakkerenr@syntens.nl