



*Parlons de :*

Marketing responsable

# Le marketing responsable

. C'est quoi ? C'est un outil. Une fois intégrée la réduction de son impact sur l'environnement, cet outil doit donner à voir la maîtrise de l'ensemble d'une démarche de conscience de l'organisation allant du traitement de la matière des intrants jusqu'à la vente de son produit. Cet outil permet à l'entreprise d'orienter, de communiquer et de packager sa nouvelle offre responsable.

. Pourquoi ? Pour montrer que l'on EST ou que l'on devient VERTUEUX. L'objectif n'est plus uniquement la vente, mais bien l'intérêt de l'aspect vertueux du produit ou service. La chaîne de valeur devient « l'acteur de sens ». Il s'agit de démontrer et de montrer la véracité de la démarche et de communiquer que l'offre n'a d'intérêt que parce qu'elle porte ce sens.

# Le marketing responsable

. Comment ? 1 > Mobiliser les parties prenantes internes essentielles que sont les fournisseurs, les co opérateurs de production, les commerciaux, les actionnaires - 2 > Assurer la considération des acteurs de production et des 1ers consommateurs en qualité « d'experts RETEX » - 3 > Informer et sensibiliser les parties prenantes externes - 4 > Modéliser la nouvelle offre et assurer la force de proposition attenante.

. Le conseil de devenir.s : TRANSPARENCE. Le marketing responsable ne porte pas uniquement la stratégie commerciale, c'est un ensemble qui évoque la transformation, le changement de paradigme. Il est utile de parler des essais, des erreurs, des réussites. Et ce, auprès de toute la chaîne de valeur participante active ou non.

Le marketing responsable permet aussi de challenger le client final, de le sensibiliser à la technique voir de l'éduquer en l'invitant à venir découvrir son expertise. Celui-ci devient alors le garant de l'honnêteté de votre démarche.

# Faisons

.**Stéphanie** est la boss d'une entreprise de services, vente et entretien d'ordinateurs.

.**Stéphanie** a œuvrée pour la mise en place de ligne de production d'ordinateurs reconditionnés sur sa zone de chalandise lacunaire de ce produit. Cette ligne est en place et produit son effet sur le CA.

.Dans l'ordre elle a :

- 1 - Formée son personnel aux travaux de reconditionnement
- 2 - Informée ses parties prenantes de sa nouvelle orientation
- 3 - Travaillée sur la filière d'ordinateurs à récupérer qui assure un gisement pérenne
- 4 - Orientée sa proposition de valeur de vente pure vers la location avec services compris.
- 5 - Organisée des séances de sensibilisation à l'utilisation de ses ordinateurs nouvelle version pour ses clients. En plus de rassurer sur la performance des ordinateurs ces séances ont présentées tous les enjeux environnementaux sur le traitement des déchets et la géopolitique des matières 1eres constituants les ordinateurs. Puis ont permis de former le client à l'aptitude de réparation.

.En pleine conscience des enjeux **Stéphanie** conforte son marketing et prête un ordinateur reconditionné pour tous dépôts en réparation.



Jimmy Réla  
[direction@devenirs.fr](mailto:direction@devenirs.fr)  
*06.84.97.71.41*  
[devenirs.fr](http://devenirs.fr)