المحتويات

الفصل الأول 11

مقدمة لمفاهيم التسويق الأخضر 11

ما هو بالضبط؟ 11

تعريف 12

من أين أتى كل هذا؟ تاريخ التسويق البيئي 14

الحالة الحالية للفنون 19

الأطباق الموسمية في – سيسكو خارج. 20

بؤر نشاط التسويق البيئي 21

المبرر 23

تخفيض تكاليف التشغيل 24

المنافسة في الأسواق العالمية 24

تقليل المسؤولية 26

معنويات الموظف 27

فعل الشيء الصحيح 28

الإمكانات الهائلة للتسويق الاقتصادي الحديث 28

تحديد منفعتك المحتملة 33

رعاية فريق الدوري الصغير والمساعدة في تشجيع الشباب 36

ما هي المدة الكافية لإنشاء سجل المسار البيئي الخاص بك؟ 38

المبادئ التي يجب أن تعيش بها 39

سيتم الكشف عن الكذابين – كن صادقا ، لا يهم ماذا 40
الحملات المضللة تؤدي إلى خيبة الأمل 42
الإخلاص أمر لا بد منه..... 43
قم بأبحاثك الخاصة 44
الفصل الثاني 49
تنشيط عملك 49
تحديد الرسالة 49
خذ جردًا صادقًا..... 50
ضع قائمة بأهداف واضحة وقابلة للتحقيق..... 52
تأكد من أن موظفيك وراء ذلك 52
إنشاء جدول زمني للتغييرات المتفق عليها 54
أشياء بسيطة يمكن لأي شخص القيام بها 55
إعادة التدوير 56
تجميع السيارات والعبور الجماعي..... 60
التقليل من نفايات الورق 62
إحضار الغداء 63
حفظ المنتجات المكتبية الأخرى 64
توفير الطاقة في المكتب 65
بعض الأشياء التي يمكنك فعلها بصفتك مالكًا تجاريًا..... 67
التكليف بتدقيق الطاقة..... 67
التزام الطاقة المتجددة 69

توفير المياه 71
مكافأة الموظفين "الخضر" 72
سترتفع مشاركة السيارات وتقاسم الركوب إذا 72
تقليل السفر الجوي للأعمال 75
التغييرات والأهداف على المدى الطويل 77
تقليل استهلاك الموارد 77
الهجرة إلى مواد غير سامة..... 78
القضاء على الانبعاثات الضارة أو تقليلها 79
الحفاظ على وجود ويب مفيد واحترافي 80
تحويلات الأعمال الأساسية 82
إعادة تركيز خط إنتاجك أو خدماتك في القطاع البيئي 82
التخلي عن استراتيجيات التسويق التقليدية للبدائل منخفضة التأثير..... 86
التركيز العالمي أو الوطني مقابل التسويق المحلي والإقليمي 89
أنت في علاقة بالمنافسة 90
تقييم موقف منافسيك 91
تقديم مطالبات عنك مقابل 93
متابعة مثال تريل بليزر 94
تقود الطريق..... 94
الفصل الثالث..... 97
تسويق علامتك التجارية الخضراء..... 97
تحديد جمهورك..... 97

الخضر المكرسون 98
الفجوة بين الجنسين..... 99
الأسر الميسورة..... 101
الأسر المتعاطفة متوسطة الدخل 103
شباب..... 104
العملاء من المؤكد أنك لن تخسر أي شيء 106
من المرجح أن يراجع المحترفون الإعلاميون عملك..... 106
إعادة تسويق منتجاتك أو خدماتك..... 108
الحفاظ على التفاؤل البيئي والاستدامة المتفائلة 109
سهولة الاستعمال 111
توفير المال 112
جودة 114
علاقات العمل 114
العضوية وشروط التجارة العادلة وغيرها من الشروط المنظمة..... 116
حديث للغاية ، ورك ، ورائع تمامًا 117
فريد محلي 118
الحرفي..... 119
ارتفاع الأسعار دون انفصال 120
تأكد من أن المحاولة الأولى منخفضة المخاطر قدر الإمكان 120
فائدة مثبتة..... 123
لا تقلق ، حتى لو استطعت 126

تعزيز الولاء في قاعدة عملائك 127
إضفاء الطابع الشخصي على خدمتك 127
كن محليًا 129
خلق الثقة 130
خدمة 132
رسائل متسقة 134
الشفافية 135
وجود خطة للإحالات 136
التعليم 137
تحدث بصراحة ولا تتنازل 138
اشرح الاختراقات الفنية الخاصة بك 139
معلومات مباشرة عن الآثار الصحية 140
التأكيد على التقدم الإيجابي 140
احصل على بعض العملاء البارزين للمساعدة 141
الوصول إلى عملائك المحتملين 142
الطرق الخضراء والسياحة المستدامة 144
أدلة محلية مستدامة 145
فرص الرعاية 147
مكاتب الاستدامة 148
التسويق الفيروسي والفرص عبر الإنترنت 148
وسائل الإعلام المحلية والمنشورات التجارية 150