

ISLA SANTARÉM
VI Encontro Científico da Unidade de Investigação
& Desenvolvimento (UI&D)

MARKETING SUSTENTÁVEL UMA NOVA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO





.A pandemia não mudou o mundo, mudou a nossa perspectiva da vida.

.Veio reforçar a nova estratégia das empresas em apostar no marketing sustentável.

.O consumo sustentável não é uma moda, houve um despertar na consciência do consumidor para o consumo de produtos sustentáveis, as pessoas começaram a perceber que, qualquer que seja o local do planeta onde ocorre algum problema ambiental, toda a humanidade é atingida.

.É necessário comunicar de forma a que a mensagem ecológica continue a ser transmitida.

.A comunicação principalmente nos media tem de se adaptar à nova realidade e adaptar a mensagem ecológica a cada faixa etária.



O Instagram e as/os influencers

- .Mudança de hábitos alimentares, escolhas mais saudáveis.
- .Fazer comida em casa.
- .Fazer desporto, principalmente ao ar livre.
- .Ler e ouvir música.
- .Compras a granel e em mercearias do bairro.
- .Publicidade a produtos orgânicos (cremes, roupa e alimentos, etc)
- .Organização em casa.



.Os jovens adaptam-se facilmente a novas rotinas, por isso as marcas devem pensar na sua comunicação voltada sobretudo para esta faixa etária.

.Hoje somos mais exigentes, por isso a mensagem a ser transmitida tem de ser clara e coerente.

. A educação para a sustentabilidade tem de ser feita logo desde cedo, com a mudança de comportamento das crianças, o mercado vai se deparar com futuros consumidores bem diferentes do que as empresas estão habituadas.