



Ethical, Green, Youth Entrepreneurship Education

Moduł 3

Analiza rynku i marketing
cyfrowy dla zrównoważonych
przedsiębiorstw



Co-funded by
the European Union

Materiały dostępne są na licencji CC BY-NC-SA.

Współfinansowane przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Ani Unia Europejska, ani podmiot udzielający dotacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności.
2022-1-PL01-KA220-YOU-000087822



www.fairpreneurs.eu

SPIS TREŚCI

- 01 Wprowadzenie do analizy rynku i marketingu cyfrowego
- 02 Analiza rynku i zrównoważone możliwości
- 03 Znaczenie marketingu cyfrowego
- 04 Strategie skutecznej obecności w Internecie
- 05 Opowiadanie historii
- 06 Raportowanie zrównoważonego rozwoju

Współfinansowane przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Ani Unia Europejska, ani podmiot udzielający dotacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

2022-1-PL01-KA220-YOU-000087822



Co-funded by
the European Union



WPROWADZENIE DO ANALIZY RYNKU I MARKETINGU CYFROWEGO DLA ZRÓWNOWAŻONYCH PRZEDSIĘWZIĘĆ



WPROWADZENIE DO ANALIZY RYNKU DLA ZRÓWNOWAŻONYCH PRZEDSIĘWZIĘĆ

Dlaczego analiza rynku ma znaczenie

Analiza rynku odgrywa ważną rolę dla firm, które chcą zidentyfikować zrównoważone możliwości biznesowe i zrozumieć preferencje konsumentów w dzisiejszym krajobrazie rynkowym.

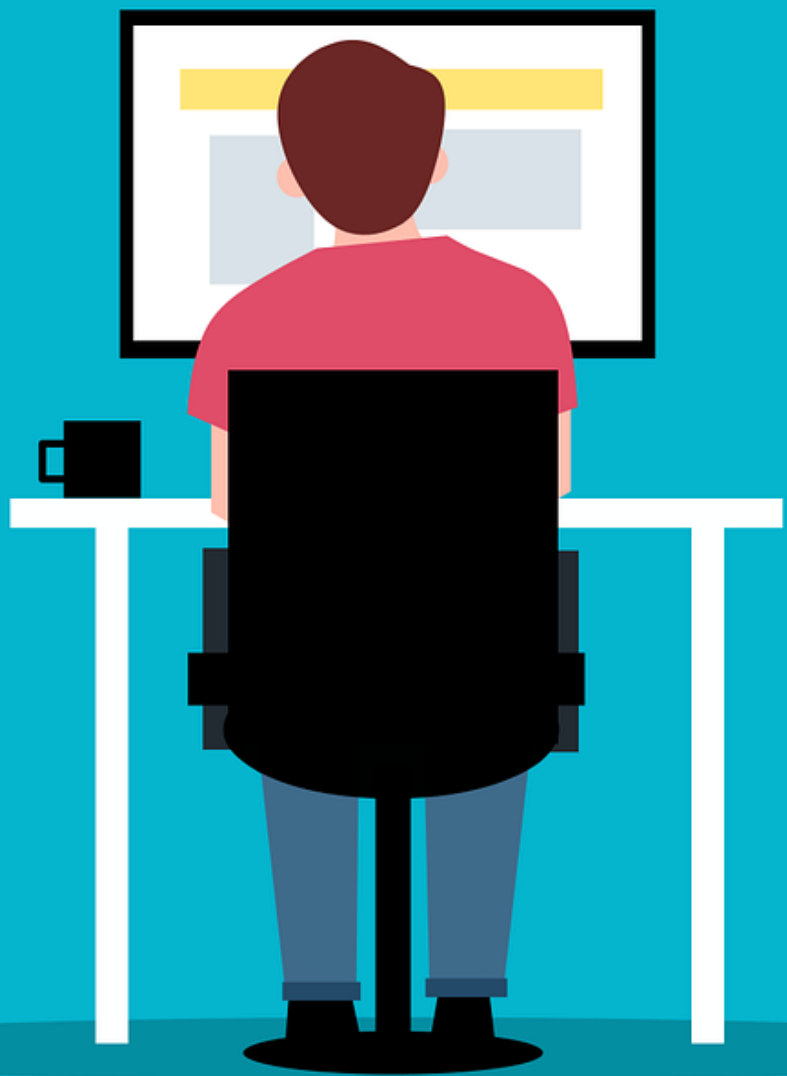
Pomaga firmom zrozumieć otoczenie rynkowe, w tym konkurencję i potrzeby konsumentów.

Ma to zasadnicze znaczenie dla opracowywania strategii, które są zgodne z wymaganiami rynku i zapewniają zrównoważony rozwój biznesu.

PRZEPROWADZAJĄC DOKŁADNĄ ANALIZĘ RYNKU, FIRMY MOGĄ

Identyfikować zrównoważone możliwości biznesowe: Analiza rynku pomaga firmom zidentyfikować luki i możliwości na rynku, w których zrównoważone rozwiązania mogą mieć znaczący wpływ. Niezależnie od tego, czy chodzi o kwestie środowiskowe, społeczne czy etyczne, analiza rynku zapewnia cenny wgląd w obszary dojrzałe do zrównoważonych innowacji.

Zrozumieć preferencje konsumentów: Preferencje konsumentów stale ewoluują, kładąc coraz większy nacisk na zrównoważony rozwój i etyczną konsumpcję. Analiza rynku pozwala firmom wyprzedzać te trendy poprzez zrozumienie, co wpływa na zachowania i decyzje konsumentów. Dostosowując swoją ofertę do wartości i preferencji konsumentów, firmy mogą tworzyć produkty i usługi, które rezonują z ich docelowymi odbiorcami.



KORZYŚCI ZE SKUTECZNEJ ANALIZY RYNKU

Analiza rynku dostarcza **nieocenionych informacji**, które pomagają firmom w podejmowaniu świadomych decyzji, pomagając im efektywnie alokować zasoby i opracowywać produkty spełniające potrzeby konsumentów.

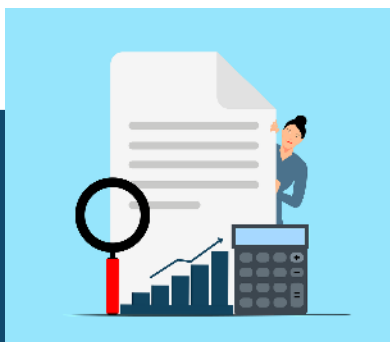
Dzięki zrozumieniu wielkości rynku, potencjału wzrostu i krajobrazu konkurencyjnego, **firmy mogą opracowywać strategie** w oparciu o solidne dane.

Takie podejście nie tylko zapewnia, że zasoby są skoncentrowane na obszarach o wysokim potencjale, ale także zwiększa prawdopodobieństwo sukcesu produktu i akceptacji rynkowej.



Identyfikacja trendów

Analiza rynku pomaga firmom pozostać na czele, identyfikując pojawiające się trendy i zmiany w zachowaniach konsumentów, umożliwiając szybką adaptację i wykorzystanie nowych możliwości.



Benchmarking

Porównując wyniki ze standardami branżowymi, firmy mogą zidentyfikować obszary wymagające poprawy i wyróżnić się na tle konkurencji.



Lojalność klientów

Dostosowanie produktów do wartości konsumenckich, zwłaszcza zrównoważonego rozwoju, buduje silniejszą lojalność klientów i poprawia reputację marki.



OGRANICZANIE RYZYKA

Identyfikacja zagrożeń: Analiza rynku pomaga zidentyfikować potencjalne zagrożenia rynkowe, takie jak spowolnienie gospodarcze, zmieniające się przepisy lub zmiany preferencji konsumentów.

Planowanie scenariuszy: Firmy mogą wykorzystywać analizę rynku do planowania scenariuszy, przygotowując się na różne warunki rynkowe w celu zwiększenia odporności.

Strategie zarządzania ryzykiem: Wdrażanie strategii, takich jak dywersyfikacja linii produktów lub wchodzenie na nowe rynki, pomaga zmniejszyć podatność na zagrożenia i zapewnić długoterminową stabilność.

TECHNIKI ROZPOZNAWANIA ZRÓWNOWAŻONYCH MOŻLIWOŚCI BIZNESOWYCH

W tej sekcji zbadamy bardziej szczegółowo techniki rozpoznawania zrównoważonych możliwości biznesowych.

Opanowując te metodologie, firmy mogą identyfikować niezaspokojone potrzeby w zakresie zrównoważonego rozwoju i opracowywać innowacyjne rozwiązania, które zachęcają do pozytywnych zmian.



Badania rynku

Badania rynku obejmują dogłębną analizę trendów i preferencji konsumentów, umożliwiając firmom identyfikację obszarów, w których kwestie zrównoważonego rozwoju przecinają się z wymaganiami konsumentów. Korzystanie z narzędzi takich jak [SurveyMonkey](#) lub [Google Forms](#) do badań rynkowych umożliwia firmom gromadzenie cennych informacji na temat zachowań i preferencji konsumentów.



Analiza trendów

Bycie na bieżąco z pojawiającymi się trendami i zmianami w zakresie zrównoważonego rozwoju jest niezbędne dla firm, które chcą wprowadzać innowacje w sposób zrównoważony. Monitorowanie raportów branżowych, publikacji i zasobów internetowych, takich jak [TrendWatching.com](#), zapewnia cenny wgląd w najnowsze trendy w zakresie zrównoważonego rozwoju, umożliwiając firmom odpowiednie dostosowanie swoich strategii.



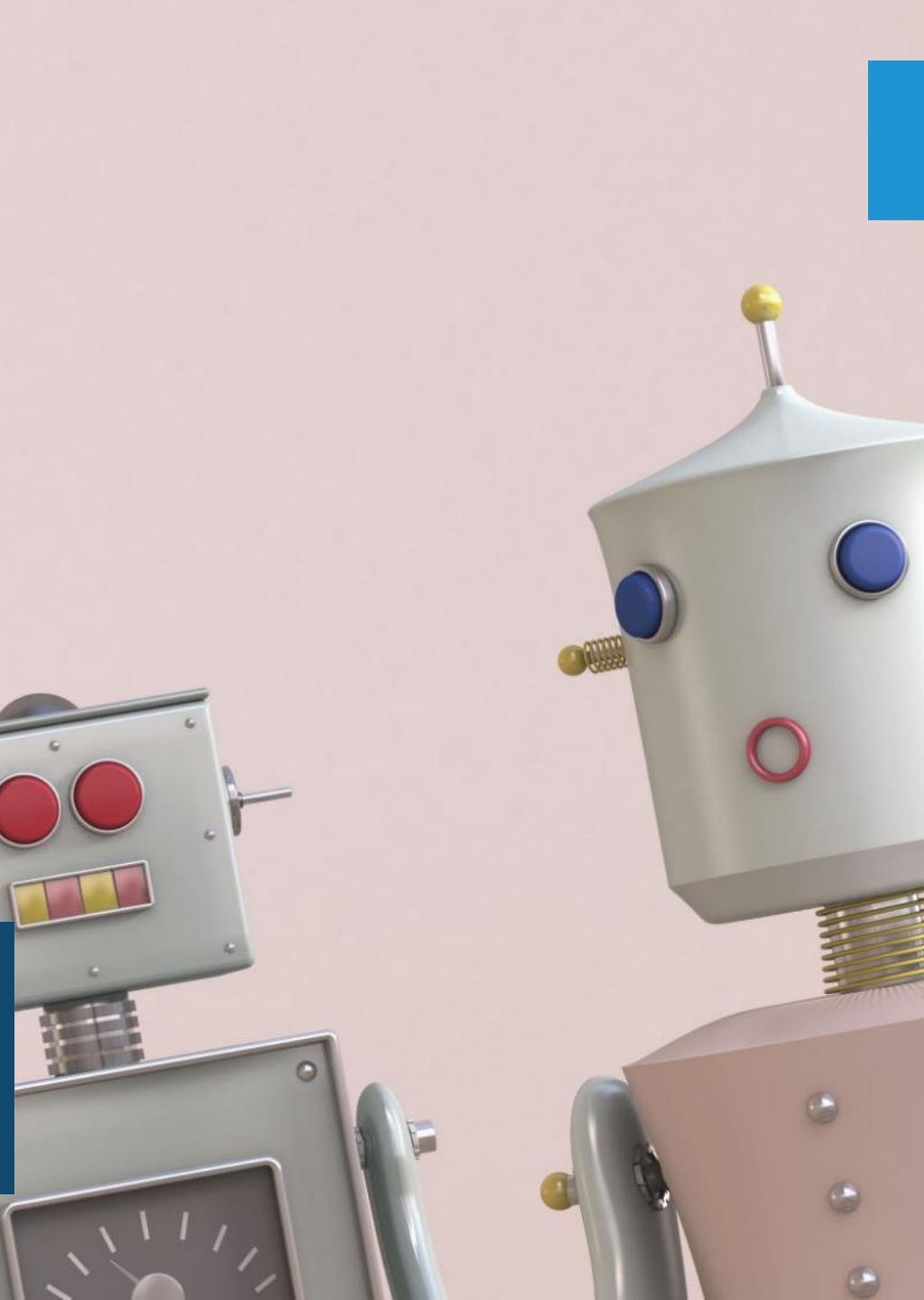
Zaangażowanie interesariuszy

Współpraca z interesariuszami jest kluczem do zrozumienia ich preferencji w zakresie zrównoważonego rozwoju i gromadzenia spostrzeżeń, które pomagają w podejmowaniu decyzji biznesowych. Poprzez **wywiady, grupy fokusowe** lub **warsztaty**, firmy mogą współpracować z interesariuszami w celu współtworzenia zrównoważonych rozwiązań, które spełniają ich potrzeby.



Opracowywanie innowacyjnych rozwiązań

Korzystając ze spostrzeżeń zebranych na podstawie **badań rynku, analizy trendów** i **zaangażowania interesariuszy**, firmy mogą opracowywać innowacyjne rozwiązania, które sprostają wyzwaniom związanym ze zrównoważonym rozwojem, jednocześnie spełniając potrzeby i preferencje konsumentów. Wprowadzenie na rynek zrównoważonej linii produktów w oparciu o informacje zwrotne od interesariuszy stanowi przykład zastosowania tych technik w praktyce.



SUGEROWANE ĆWICZENIE PRAKTYCZNE

Warsztaty z analizy rynku

Cel: Przeprowadzenie analizy rynku dla zrównoważonego pomysłu biznesowego.

Tworzenie ankiety: Użyj SurveyMonkey lub Google Forms, aby utworzyć ankietę dotyczącą preferencji w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Gromadzenie danych: rozdaj ankiety i analizuj wyniki pod kątem trendów i luk rynkowych.

Identyfikacja możliwości: Burza mózgów na temat zrównoważonych pomysłów biznesowych w oparciu o wyniki ankiety.

Dyskusja: Oceń możliwości pod kątem wykonalności i względów etycznych.

Efekt: Zdobądź praktyczne doświadczenie w zakresie analizy zrównoważonego rynku i identyfikacji realnych możliwości.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU I ENTRECOMP



Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja: Analizowanie, w jaki sposób zrównoważone praktyki biznesowe przyczyniają się do ograniczenia wytwarzania odpadów, promowania efektywnego gospodarowania zasobami i wspierania zrównoważonych wzorców konsumpcji.

Cel 13: Działania na rzecz klimatu: Zbadanie możliwości złagodzenia wpływu zmian klimatycznych poprzez zrównoważone produkty/usługi i praktyki przyjazne dla środowiska.

2.1 Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności: Wiara w siebie i ciągły rozwój: Promowanie własnego biznesu, przyjmowanie odpowiedzialności za zarządzanie biznesem.

3.1 Rozpoznawanie możliwości: Identyfikacja i ocena zrównoważonych możliwości biznesowych w oparciu o analizę rynku i spostrzeżenia konsumentów.

3.2 Myślenie strategiczne: Opracowanie planów strategicznych w celu wykorzystania zrównoważonych trendów i preferencji konsumentów.

3.3 Inicjatywa i przedsiębiorczość: Proaktywne angażowanie się w analizę rynku w celu wprowadzania innowacji i tworzenia zrównoważonych przedsięwzięć, które stawiają czoła wyzwaniom społecznym.

DALSZE ZASOBY



Znaczenie przeprowadzenia analizy rynku przed założeniem spółki

Szanse i wyzwania związane ze zrównoważonymi praktykami marketingowymi na rynkach wschodzących

Trendy i spostrzeżenia konsumenckie na 2024 r. TrendWatching to wiodące źródło informacji o trendach konsumenckich, spostrzeżeniach i innowacjach.



ZNACZENIE MARKETINGU CYFROWEGO



ZNACZENIE MARKETINGU CYFROWEGO

Marketing cyfrowy pomaga firmom skutecznie **komunikować** swoje wysiłki na rzecz zrównoważonego rozwoju, angażować świadomych ekologicznie konsumentów i osiągać pozytywne wyniki.

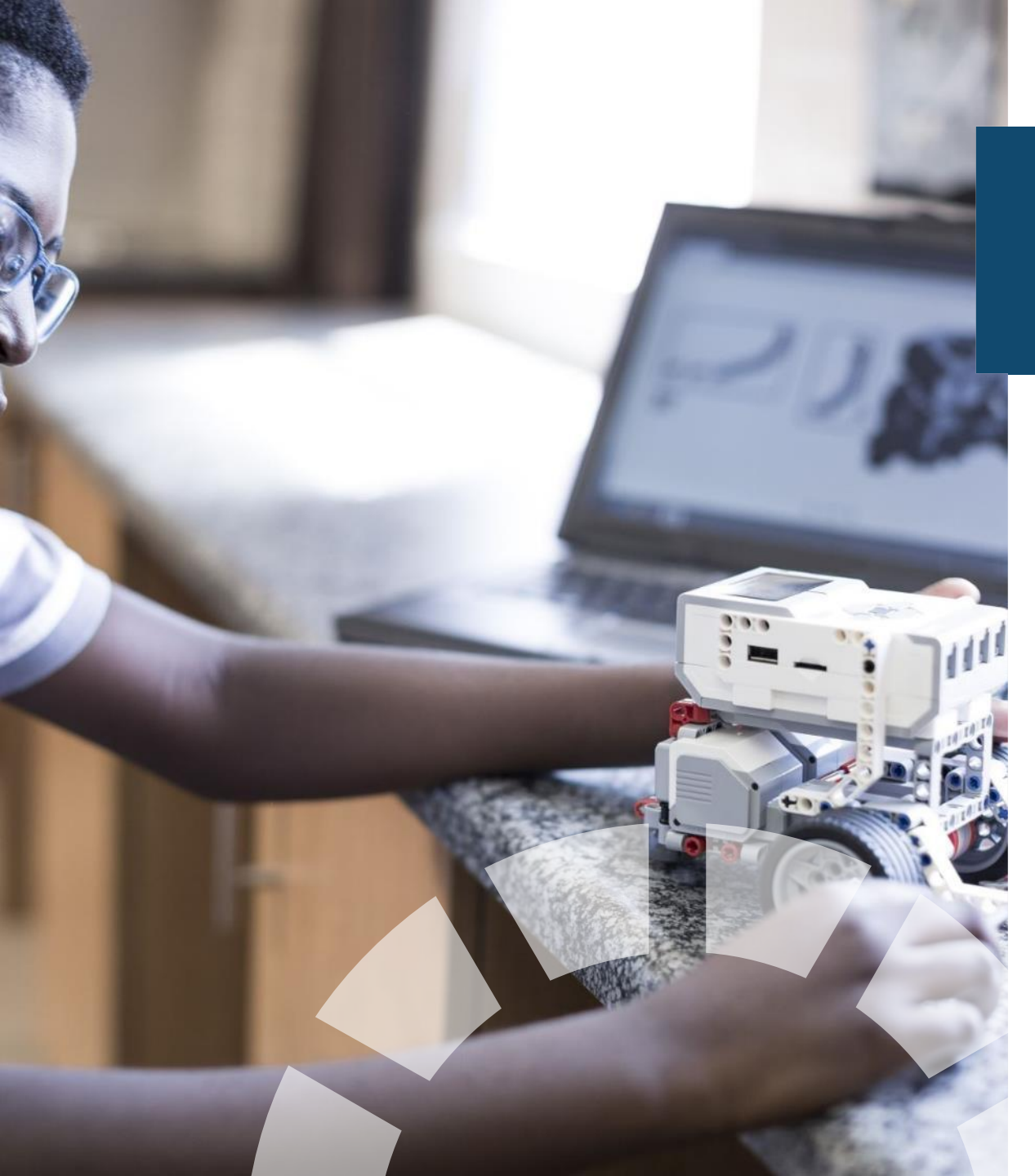
Wykorzystując strategie marketingu cyfrowego, zrównoważone przedsiębiorstwa mogą zwiększyć swój wpływ i zainspirować działania na rzecz bardziej zrównoważonej przyszłości.

SKUTECZNE DOCIERANIE DO ODBIORCÓW DOCELOWYCH

Kanały marketingu cyfrowego, takie jak media społecznościowe (np. [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter/X](#)), marketing e-mailowy i SEO oferują skuteczne sposoby łączenia się z konsumentami.

Narzędzia takie jak [Facebook Business Manager](#), [Mailchimp](#), firmy mogą precyzyjnie kierować reklamy do odbiorców na podstawie danych demograficznych, zainteresowań i zachowań, zapewniając, że ich komunikaty są zgodne z wartościami zrównoważonego rozwoju.

To ukierunkowane podejście zwiększa wpływ działań marketingowych, zwiększając zaangażowanie i konwersję wśród świadomych ekologicznie konsumentów.



KOMUNIKOWANIE WARTOŚCI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Marketing cyfrowy zapewnia firmom platformę do prezentowania swoich inicjatyw i wartości w zakresie zrównoważonego rozwoju szerokiemu gronu odbiorców.

Korzystając z platform takich jak *Instagram*, firmy mogą udostępniać atrakcyjne treści i historie, które podkreślają ich zaangażowanie w zrównoważony rozwój.

Poprzez autentyczne komunikowanie swojej podróży w kierunku zrównoważonego rozwoju i demonstrowanie działań, firmy mogą budować wiarygodność i zaufanie wśród świadomych ekologicznie konsumentów, zachęcając do długoterminowej lojalności i poparcia.



BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MARKI

Narzędzia takie jak Hootsuite i Buffer umożliwiają firmom usprawnienie ich cyfrowych działań marketingowych na różnych platformach, zapewniając spójność przekazu marki.

Konsekwentnie udostępniając wartościowe treści, angażując odbiorców i uczestnicząc w ważnych rozmowach, firmy mogą wzmocnić obecność swojej marki i pozycjonować się jako liderzy w zakresie zrównoważonego rozwoju, zwiększając świadomość i przyciągając nowych klientów.



NAJLEPSZE PRAKTYKI: BIASOL

Biasol pokazuje skuteczną analizę rynku i marketing cyfrowy dla zrównoważonych przedsiębiorstw, wykorzystując swoje unikalne produkty spożywcze bez odpadów.



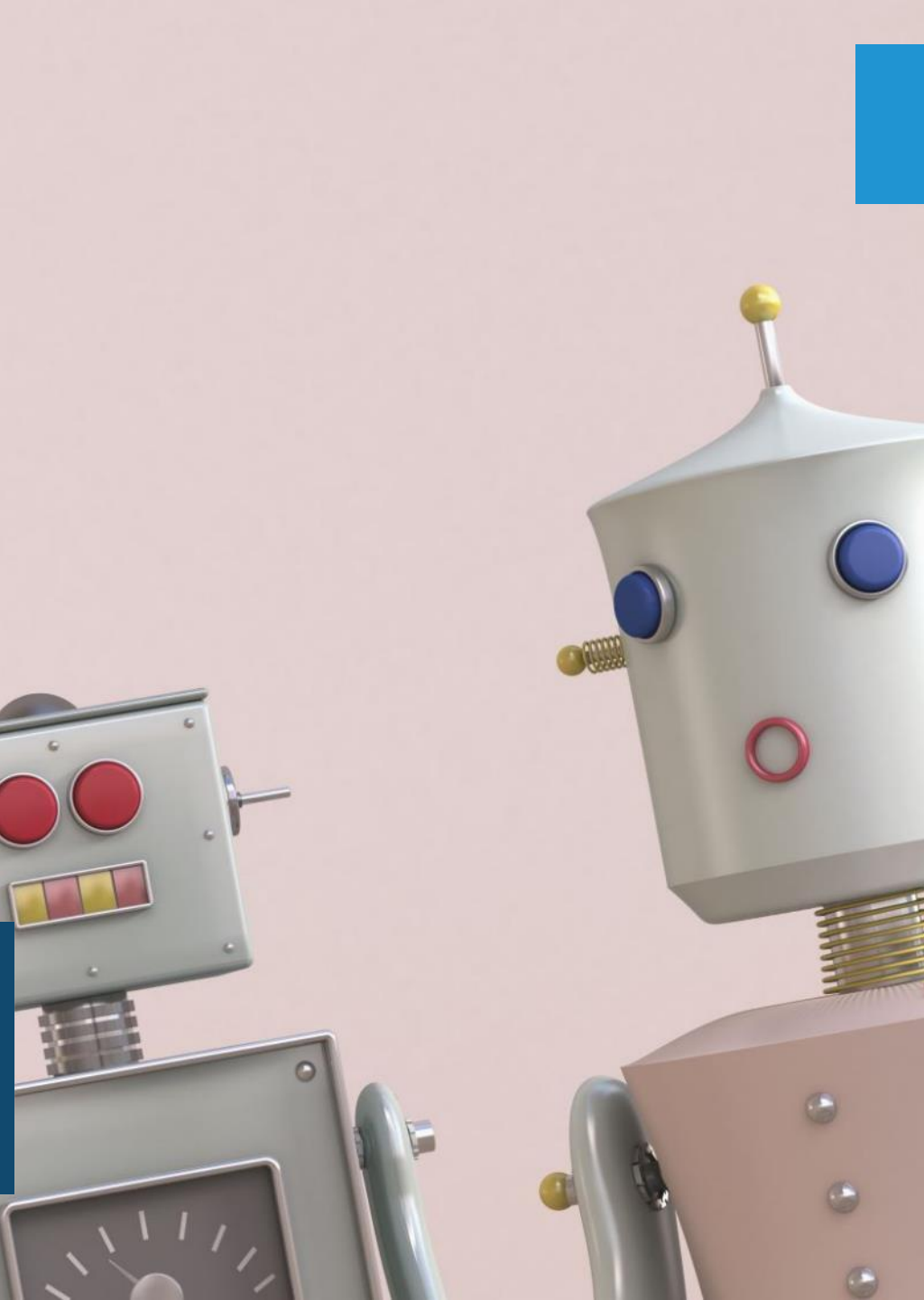
Biasol



Założona w 2020 r. firma **Biasol** przekształca zużyte ziarno browarnicze w pożywne składniki, przeciwdziałając marnotrawieniu żywności i promując gospodarkę o obiegu zamkniętym.

Ich strategiczne wykorzystanie marketingu cyfrowego podkreśla innowacyjne podejście i jest zgodne z trendami rynkowymi sprzyjającymi zrównoważonemu rozwojowi.

Dowiedz się, w jaki sposób analiza rynku i cyfrowe strategie marketingowe **Biasol** napędzają ich zrównoważone rozwiązania żywieniowe, odwiedzając nasze **Kompendium Studiów Przypadków.**



SUGEROWANE ĆWICZENIE PRAKTYCZNE

Wyzwanie mediów społecznościowych

Cel: Stworzenie interaktywnego wyzwania w mediach społecznościowych w celu promowania zrównoważonego rozwoju.

Kroki:

- **Utwórz zespoły:** Podziel się na małe grupy.
- **Opracowanie wyzwania:** Każdy zespół tworzy proste, zabawne wyzwanie związane ze zrównoważonym rozwojem (np. wyzwanie dotyczące wskazówek dotyczących recyklingu).
- **Tworzenie treści:** Użyj narzędzi takich jak Canva, aby zaprojektować posty i grafiki na potrzeby wyzwania.
- **Zaplanuj promocję:** Nakreśl strategię promowania wyzwania na platformach mediów społecznościowych.
- **Prezentacja i udostępnianie:** Podziel się pomysłami na wyzwanie z klasą.

Efekt: Uczestnicy nauczą się tworzyć angażujące treści i planować strategie promocyjne.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU I I ENTRECOMP



Cel 4: Wysokiej jakości edukacja: Promowanie rozpowszechniania wiedzy na temat praktyk marketingu cyfrowego i zrównoważonego rozwoju.

Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja: Podnoszenie świadomości na temat zrównoważonych produktów i praktyk poprzez marketing cyfrowy.

EntreComp 2.1 Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności: Promowanie własnego biznesu, przyjmowanie odpowiedzialności za zarządzanie biznesem.

EntreComp 3.1 Podejmowanie inicjatywy: Identyfikacja możliwości, samodzielne podejmowanie decyzji operacyjnych, podejmowanie strategicznych decyzji biznesowych.

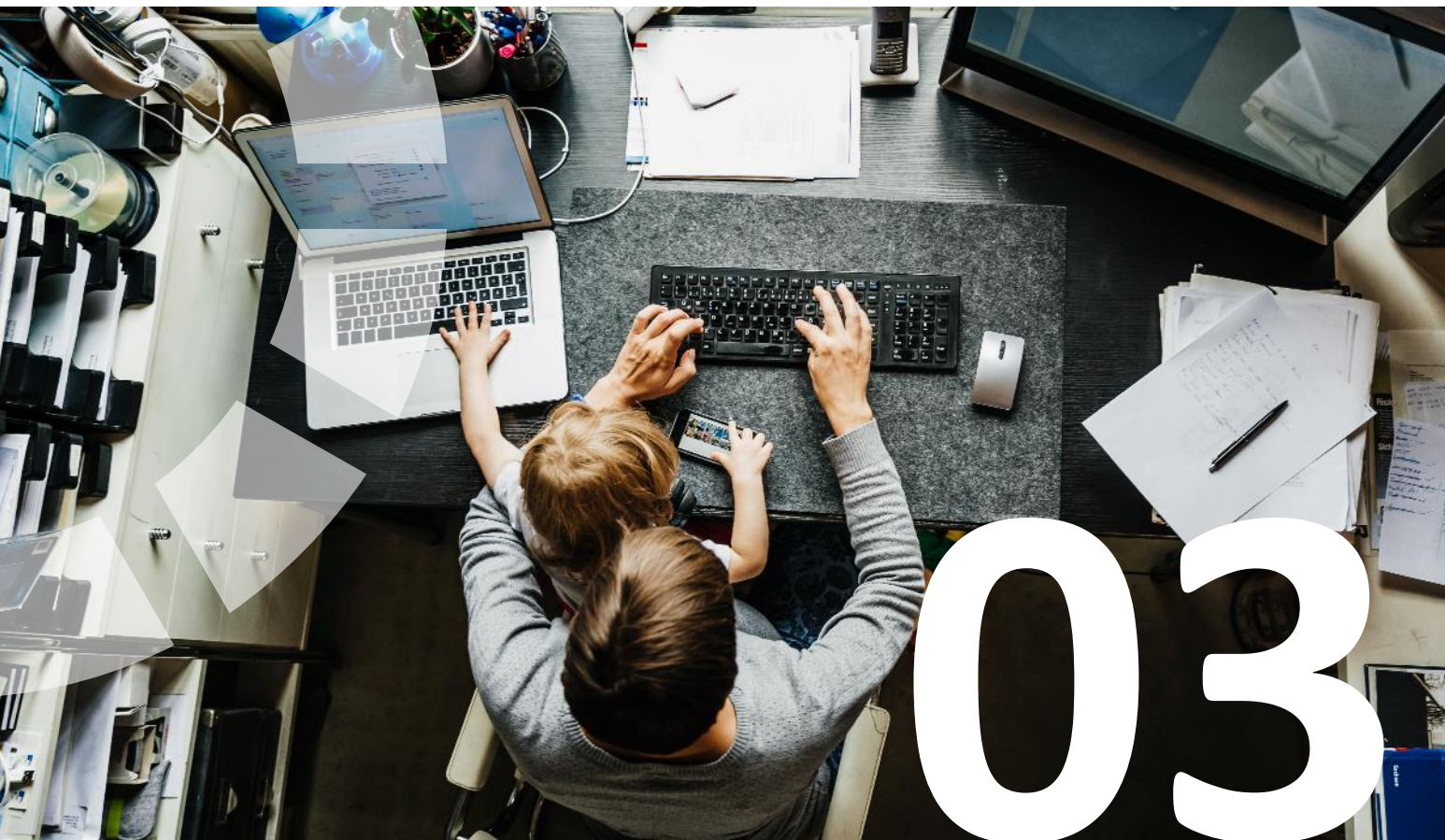
DALSZE ZASOBY



Zrównoważony marketing cyfrowy:
Redefinicja sukcesu na rok 2024

Odpowiedzialne napędzanie wzrostu:
Powstanie zrównoważonych strategii
marketingu cyfrowego

Wykorzystanie mediów
społecznościowych do zbadania
zrównoważonej komunikacji marek
urządzeń gospodarstwa domowego



STRATEGIE SKUTECZNEJ OBECNOŚCI W INTERNECIE

STRATEGIE SKUTECZNEJ OBECNOŚCI W INTERNECIE

Przyjrzymy się kluczowym taktykom, na których powinny skupić się zrównoważone projekty, aby stworzyć skuteczną obecność online, która zachęca do nawiązywania znaczących kontaktów z odbiorcami.

Wdrożenie tych strategii nie tylko pomoże zrównoważonym projektom zbudować silną obecność w Internecie, ale także zapewni im długoterminowy sukces w cyfrowym krajobrazie.



TWORZENIE STRON

Podstawą silnej obecności w Internecie jest dobrze zaprojektowana strona internetowa, która uosabia wartości i misję zrównoważonego projektu.

Firmy powinny skupić się na stworzeniu przyjaznej dla użytkownika strony internetowej, która odzwierciedla ich zaangażowanie w zrównoważony rozwój, zawierając przyjazne dla środowiska elementy projektu i zapewniając, że jest ona łatwo dostępna, atrakcyjna wizualnie i zoptymalizowana pod kątem urządzeń mobilnych.

Platformy do tworzenia stron internetowych, takie jak [WordPress](#) lub [Wix](#) i [Squarespace](#), wraz z narzędziami takimi jak [Shopify](#), mogą ułatwić ten proces, oferując konfigurowalne szablony dostosowane do tematów zrównoważonego rozwoju i płynną optymalizację mobilną.



TWORZENIE TREŚCI

Atrakcyjne i bogate w informacje treści są niezbędne do przyciągnięcia i zaangażowania odbiorców online. Firmy mogą skorzystać z popularnych narzędzi do tworzenia treści, takich jak [Canva](#) lub [Adobe Express](#), aby zaprojektować atrakcyjne wizualnie grafiki i filmy, które uzupełniają ich przesłanie dotyczące zrównoważonego rozwoju.

Firmy powinny również opracować strategię treści, która koncentruje się na tworzeniu wartościowych i istotnych treści związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Może to obejmować **posty na blogu, artykuły, studia przypadków, filmy i infografiki**, które edukują konsumentów w kwestiach zrównoważonego rozwoju, prezentują inicjatywy firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju oraz podkreślają wpływ jej produktów lub usług na środowisko i społeczeństwo.



MARKETING W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Platformy mediów społecznościowych zapewniają firmom cenne możliwości nawiązania kontaktu z odbiorcami, podkreślenia ich przesłania dotyczącego zrównoważonego rozwoju i zachęcania do zaangażowania społeczności.

Zrównoważone firmy mogą opracować strategiczny plan marketingowy w mediach społecznościowych, korzystając z narzędzi takich jak **Hootsuite** lub **Buffer** do planowania postów i monitorowania zaangażowania.

Dzieląc się zakulisowymi historiami, prezentując treści generowane przez użytkowników i uczestnicząc w rozmowach na temat kwestii środowiskowych i społecznych, firmy mogą humanizować swoją markę, budować relacje z klientami i tworzyć lojalną społeczność świadomych ekologicznie zwolenników.



NAJLEPSZE PRAKTYKI: WSZYSTKO O KOMBUCHA

All About Kombucha wykorzystuje cyfrowe strategie marketingowe i skuteczną obecność w Internecie, aby angażować świadomych ekologicznie konsumentów, koncentrując się na analizie rynku.

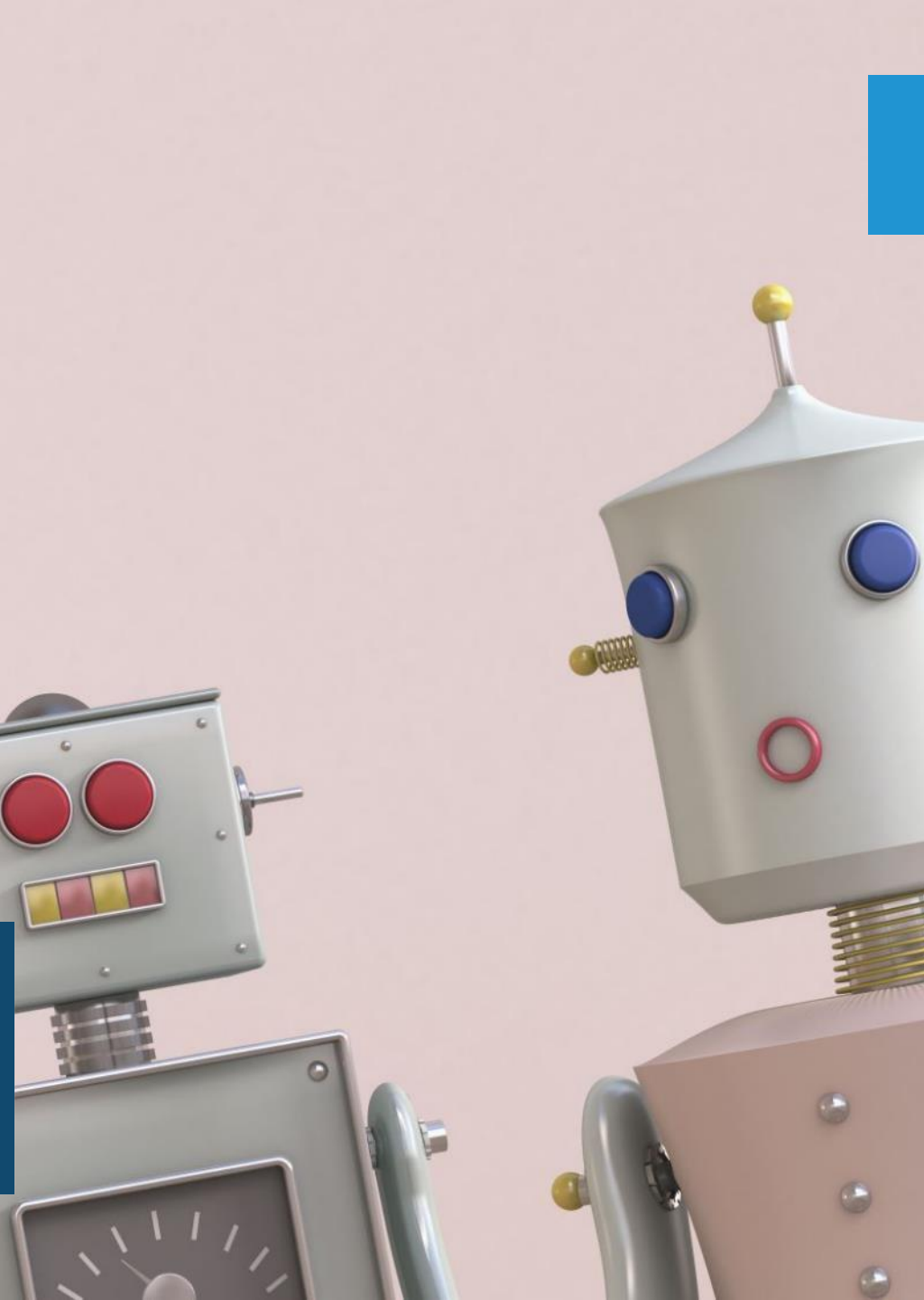




Ich podejście ilustruje, w jaki sposób można wykorzystać wiedzę rynkową i narzędzia cyfrowe do promowania zrównoważonych produktów.

Ich udane wykorzystanie platform cyfrowych w celu dotarcia i zaangażowania docelowych odbiorców pokazuje wpływ analizy rynku i marketingu cyfrowego na zaspokojenie popytu konsumentów na zrównoważone towary.

Dowiedz się więcej o [All About Kombucha](#), odwiedzając nasze [Kompendium Studiów Przypadków](#).



SUGEROWANE ĆWICZENIE PRAKTYCZNE

Mapowanie i angażowanie interesariuszy

Cel: Identyfikacja i zaangażowanie interesariuszy w projekt zrównoważonego rozwoju.

Identyfikacja interesariuszy: Lista kluczowych interesariuszy (np. społeczność, dostawcy, organy regulacyjne).

Strategia zaangażowania: Opracowanie metod angażowania interesariuszy w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Plan działania: Nakreślenie kroków do wdrożenia strategii zaangażowania.

Refleksja: Omówienie skuteczności i potencjalnych ulepszeń.

Efekt: Poprawa umiejętności zarządzania interesariuszami w ramach zrównoważonych inicjatyw.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cel 9: Przemysł, innowacje i infrastruktura: Bada innowacyjne aspekty technologiczne obecności online, podkreślając rolę infrastruktury cyfrowej w zrównoważonych praktykach biznesowych.

Cel 11: Zrównoważone miasta i społeczności: Podkreśla znaczenie obecności online w zaangażowaniu społeczności, tworząc zrównoważony rozwój miast poprzez łączność cyfrową.

Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja: Promuje zrównoważone i odpowiedzialne tworzenie treści, zachęcając firmy do komunikowania się i promowania praktyk zrównoważonej konsumpcji online.



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cel 13: Działania na rzecz klimatu: Informuje o praktykach przyjaznych dla klimatu za pośrednictwem treści online, wspierając inicjatywy promujące odporność na zmiany klimatu i wysiłki na rzecz ograniczenia ich skutków.

Cel 17: Partnerstwa na rzecz realizacji celów: Kładzie nacisk na współpracę za pośrednictwem mediów społecznościowych na rzecz zrównoważonego partnerstwa, promując współpracę międzysektorową w celu osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju.



2.1 Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności: Zachęca osoby do skutecznego promowania swoich zrównoważonych przedsięwzięć i ponoszenia odpowiedzialności za swoją obecność w Internecie.

3.1 Podejmowanie inicjatywy: Promuje inicjatywę w identyfikowaniu możliwości online, podejmowaniu strategicznych decyzji i samodzielnym zarządzaniu strategiami cyfrowymi.

3.3 Radzenie sobie z niepewnością, niejednoznacznością i ryzykiem: Rozwijanie umiejętności zarządzania ryzykiem i podejmowania decyzji związanych z obecnością cyfrową i strategiami online.

Dalsze zasoby



Wpływ obecności w Internecie na rozwój firmy

Zrównoważony marketing w mediach społecznościowych: 7 strategii promowania świadomej ekologicznie marki



Ethical, Fair and Green Youth
Entrepreneurship Education in line with the
Sustainable Development Goals



STORYTELLING I ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Ethical, Fair and Green Youth
Entrepreneurship Education in line
with the Sustainable Development
Goals



MOC OPOWIADANIA HISTORII

Opowiadanie historii jest potężnym narzędziem w przekazywaniu komunikatów dotyczących zrównoważonego rozwoju i tworzeniu głębokiej więzi emocjonalnej z interesariuszami.

Skuteczne opowiadanie historii może sprawić, że złożone kwestie zrównoważonego rozwoju staną się bardziej zrozumiałe i zainspirują ludzi do podjęcia działań.

Wplatając fakty i dane w swoje narracje, firmy mogą podkreślić swoje wysiłki na rzecz zrównoważonego rozwoju, zademonstrować swoje zaangażowanie w pozytywne zmiany i zaangażować odbiorców na głębszym poziomie.



Autentyczność

Upewnij się, że historia jest autentyczna i odzwierciedla prawdziwe wartości i działania firmy. Autentyczność buduje zaufanie i wiarygodność.



Znaczenie

Twórz historię zgodnie z zainteresowaniami i obawami odbiorców docelowych. Uczynienie narracji istotną dla ich życia i wartości zwiększa jej wpływ.



Wpływ

Podkreśl korzyści i pozytywne wyniki inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju. Pokazanie rzeczywistego wpływu może zainspirować i zmotywować ich do wspierania i uczestniczenia w tych wysiłkach.



PRZEKAZYWANIE KOMUNIKATÓW DOTYCZĄCYCH ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Storytelling pozwala firmom przekazywać złożone koncepcje zrównoważonego rozwoju w angażujący i zrozumiały sposób.

Dzieląc się historiami o swojej podróży w kierunku zrównoważonego rozwoju, wyzwaniach i sukcesach, firmy mogą sprawić, że ich inicjatywy będą bardziej dostępne i zrozumiałe dla odbiorców.

Może to obejmować studia przypadków konkretnych projektów, referencje pracowników lub klientów oraz zakulisowe spojrzenia na praktyki zrównoważonego rozwoju.



BUDOWANIE WIĘZI EMOCJONALNYCH

Poprzez opowiadanie historii, firmy mogą łączyć się ze swoimi odbiorcami na głębszym poziomie emocjonalnym. Dzielenie się autentycznymi historiami o pozytywnym wpływie ich wysiłków na rzecz zrównoważonego rozwoju pomaga humanizować markę i tworzyć poczucie wspólnego celu z interesariuszami.

Emocjonalne narracje, które podkreślają rzeczywiste przykłady, takie jak wpływ na społeczność lub odbudowa środowiska, mogą silnie łączyć się z odbiorcami i tworzyć trwałe więzi.

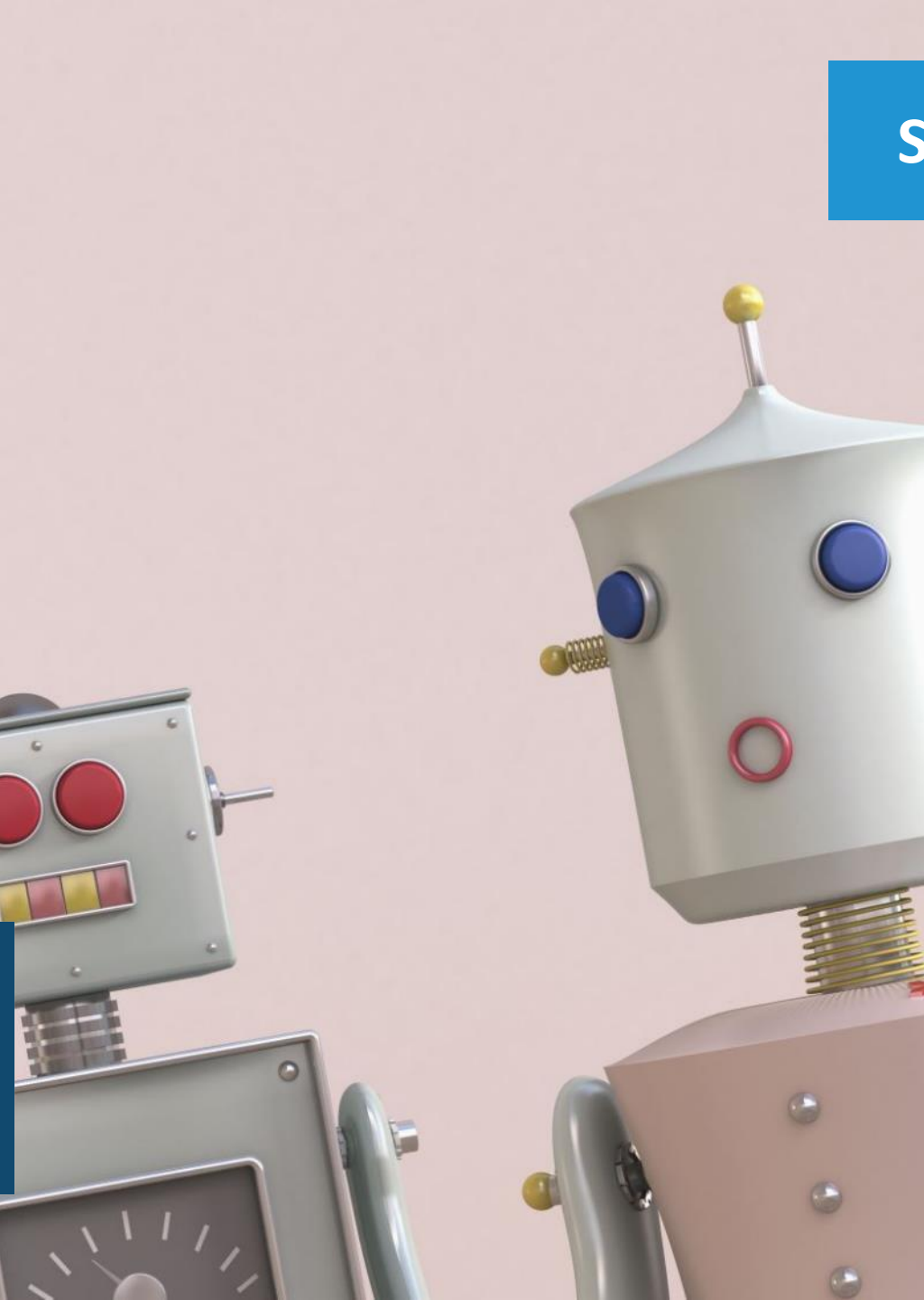


INSPIRUJĄCE DZIAŁANIE

Przekonujące narracje mogą motywować interesariuszy do podejmowania działań, niezależnie od tego, czy chodzi o wspieranie firmy, przyjmowanie zrównoważonych praktyk, czy rozpowszechnianie informacji o inicjatywach na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Podkreślając korzyści i rzeczywisty wpływ swoich wysiłków, firmy mogą zachęcić innych do przyłączenia się do ich podróży w kierunku zrównoważonego rozwoju.

Historie przedstawiające wymierne wyniki i osobiste doświadczenia mogą być szczególnie skuteczne w inspirowaniu do działania i zaangażowania.



SUGEROWANE ĆWICZENIE PRAKTYCZNE

Warsztaty opowiadania historii zrównoważonego rozwoju

Cel: Stworzenie atrakcyjnej historii zrównoważonego rozwoju.

Zadanie scenariuszowe: Podziel się na grupy i przydziel scenariusz dotyczący zrównoważonego rozwoju (zrównoważona moda lub wprowadzenie na rynek produktu przyjaznego dla środowiska).

Tworzenie historii: Burza mózgów i tworzenie narracji podkreślającej wartości zrównoważonego rozwoju.

Przygotowanie prezentacji: Przygotuj się do podzielenia się historią z klasą.

Sesja informacji zwrotnych: Przekazuj konstruktywne informacje zwrotne na temat narracji innych osób.

Efekt: Zwiększone umiejętności w tworzeniu wpływowych historii zrównoważonego rozwoju, integrujących kwestie kulturowe i etyczne.



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cel 4: Wysokiej jakości edukacja: Podkreśla edukacyjne aspekty opowiadania historii, ucząc, w jaki sposób skuteczne narracje mogą edukować i informować odbiorców o kwestiach i praktykach związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja: Promuje przejrzystość w narracjach biznesowych poprzez zachęcanie do tworzenia historii, które podkreślają odpowiedzialną konsumpcję, zrównoważone praktyki produkcyjne i przejrzystą komunikację na temat tych wysiłków.

Cel 13: Działania na rzecz klimatu: Wykorzystuje opowiadanie historii w celu zwiększenia świadomości klimatycznej, ilustrując wpływ zmian klimatu poprzez narracje, opowiadając się za zrównoważonymi praktykami i inspirując działania na rzecz łagodzenia zmiany klimatu i adaptacji do niej.



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cel 16: Pokój, sprawiedliwość i silne instytucje: Wspiera równość społeczną poprzez historie promujące sprawiedliwość, uczciwość i inkluzywność, przyczyniając się tym samym do tworzenia silnych instytucji i promowania spójności społecznej.

Cel 3: Dobre zdrowie i samopoczucie: Ilustruje emocjonalny wpływ opowiadania historii, badając, w jaki sposób narracje mogą pozytywnie wpływać na dobre samopoczucie, podnosić świadomość na temat kwestii zdrowia psychicznego związanych ze zrównoważonym rozwojem i inspirować działania, które przyczyniają się do lepszych wyników zdrowotnych.

ENTRECOMP



2.1 Samoświadomość i poczucie własnej skuteczności: Poprzez tworzenie narracji o zrównoważonym rozwoju, jednostka promuje samoświadomość i wiarę w swoją zdolność do skutecznego komunikowania wartości i angażowania odbiorców.

3.1 Podejmowanie inicjatywy: Uczestnicy są zachęceni do samodzielnego opracowywania strategicznych metod opowiadania historii, które skutecznie przekazują komunikaty dotyczące zrównoważonego rozwoju i rezonują z zamierzonymi odbiorcami.

3.3 Radzenie sobie z niepewnością, niejednoznacznością i ryzykiem: Moduł ten pomaga uczestnikom w poruszaniu się po złożoności storytellingu, w tym w kwestiach etycznych i wrażliwości kulturowej, przygotowując ich do zarządzania ryzykiem związanym z tworzeniem narracji.

2.5 Mobilizowanie innych: Podkreślając moc opowiadania historii w celu zainspirowania do działania i empatii, moduł ten wyposaża uczniów w umiejętności, które pozwolą im zmobilizować innych do zrównoważonych praktyk i zmian społecznych.

Dalsze zasoby



Potęga opowiadania historii w biznesie: Uwolnij swojego wewnętrznego gawędziarza

Siła opowiadania historii w promowaniu zrównoważonej konsumpcji

Opowiadanie historii w celu ratowania planety



RAPORTOWANIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

05



WPROWADZENIE

Raportowanie zrównoważonego rozwoju ewoluowało od zwykłego ujawniania wpływu na środowisko do kompleksowego narzędzia komunikacji, które integruje czynniki ekonomiczne, środowiskowe, społeczne i związane z łańcem korporacyjnym (ESG).

Ten moduł ma na celu wyposażenie cię w niezbędną wiedzę i umiejętności, aby zrozumieć, przygotować i skutecznie komunikować raporty dotyczące zrównoważonego rozwoju.

WPROWADZENIE DO RAPORTOWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Raportowanie zrównoważonego rozwoju obejmuje komunikację aspektów środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego (ESG) dotyczących działalności organizacji. Celem jest zapewnienie interesariuszom przejrzystości w zakresie działań i wpływu organizacji na zrównoważony rozwój. Praktyka ta staje się coraz ważniejsza w nowoczesnym biznesie, ponieważ interesariusze, w tym inwestorzy, klienci, pracownicy i społeczność, wymagają od organizacji większej odpowiedzialności.

Przejrzysta sprawozdawczość w zakresie zrównoważonego rozwoju zwiększa zaufanie i wiarygodność wśród interesariuszy. Pozwala to organizacjom zademonstrować swoje zaangażowanie w zrównoważone praktyki, co może pozytywnie wpłynąć na reputację marki i lojalność klientów.

The background of the slide features a blurred image of a desk. In the foreground, a black pen lies diagonally across an open notebook with lined pages. Some numbers are visible on the notebook's pages, such as '100.00', '09.00', and '20.00'. In the background, there are more papers and a calculator, all out of focus.

ZASADY I RAMY RAPORTOWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Skuteczne metody gromadzenia i analizowania danych w procesie raportowania zrównoważonego rozwoju mają kluczowe znaczenie dla organizacji, jeśli chodzi o dokładną ocenę ich wpływu na środowisko, społeczeństwo i ład korporacyjny (ESG).

Proces ten umożliwia firmom przejrzyste mierzenie wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju, spełniając oczekiwania interesariuszy w zakresie odpowiedzialności.



PRZEGLĄD STANDARDÓW GLOBALNEJ INICJATYWY SPRAWOZDAWCZEJ (GRI)

Global Reporting Initiative (GRI) zapewnia kompleksowe ramy sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju, szeroko stosowane przez organizacje na całym świecie.

Standardy GRI pomagają organizacjom ujawniać ich wpływ ekonomiczny, środowiskowy i społeczny poprzez ustandaryzowany proces raportowania.

Standardy te zapewniają, że organizacje raportują istotne i porównywalne informacje, zwiększając przejrzystość i odpowiedzialność.



ZNACZENIE ZINTEGROWANEJ SPRAWOZDAWCZOŚCI

Zintegrowana sprawozdawczość łączy informacje finansowe i niefinansowe w jednym raporcie, zapewniając całościowy obraz wyników organizacji.

Podkreśla wzajemne powiązania między wynikami finansowymi a czynnikami ESG, promując bardziej zrównoważoną i świadomą ocenę tworzenia wartości organizacyjnej.

Zintegrowana sprawozdawczość wspiera kompleksowe ujawnianie informacji na temat zrównoważonego rozwoju, zachęcając organizacje do rozważenia, w jaki sposób zrównoważony rozwój wpływa na wyniki finansowe i odwrotnie.

METODY GROMADZENIA DANYCH DOTYCZĄCYCH ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Dane ilościowe obejmują wskaźniki liczbowe, takie jak emisje gazów cieplarnianych i zużycie energii, oferując wgląd we wpływ na środowisko. Z drugiej strony, dane jakościowe obejmują informacje nieliczbowe, takie jak postrzeganie przez interesariuszy i relacje ze społecznością, zapewniając cenny wgląd w kwestie społeczne i związane z zarządzaniem.



- **Ankiety i wywiady:** Zaangażowanie interesariuszy w celu zebrania jakościowych informacji zwrotnych.



- **Audyty i oceny:** Przeprowadzanie przeglądów w celu zapewnienia zgodności z celami zrównoważonego rozwoju.



- **Zautomatyzowane systemy:** Wdrożenie czujników IoT do monitorowania wskaźników środowiskowych w czasie rzeczywistym.



NARZĘDZIA I TECHNOLOGIE

Excel to wszechstronne narzędzie do podstawowej obsługi danych i analizy ilościowej.

Umożliwia użytkownikom wykonywanie obliczeń i analiz statystycznych, tworzenie szczegółowych arkuszy kalkulacyjnych w celu śledzenia wskaźników zrównoważonego rozwoju oraz opracowywanie wykresów i grafów w celu wizualizacji trendów danych.

Jego dostępność i funkcjonalność sprawiają, że jest to podstawowe narzędzie do wstępnego przetwarzania danych.

NARZĘDZIA I TECHNOLOGIE

Narzędzia do wizualizacji danych, takie jak Tableau, umożliwiają interaktywną wizualizację trendów zrównoważonego rozwoju.

Narzędzia te pomagają organizacjom przekształcać surowe dane we wnikliwe, interaktywne pulpity nawigacyjne.

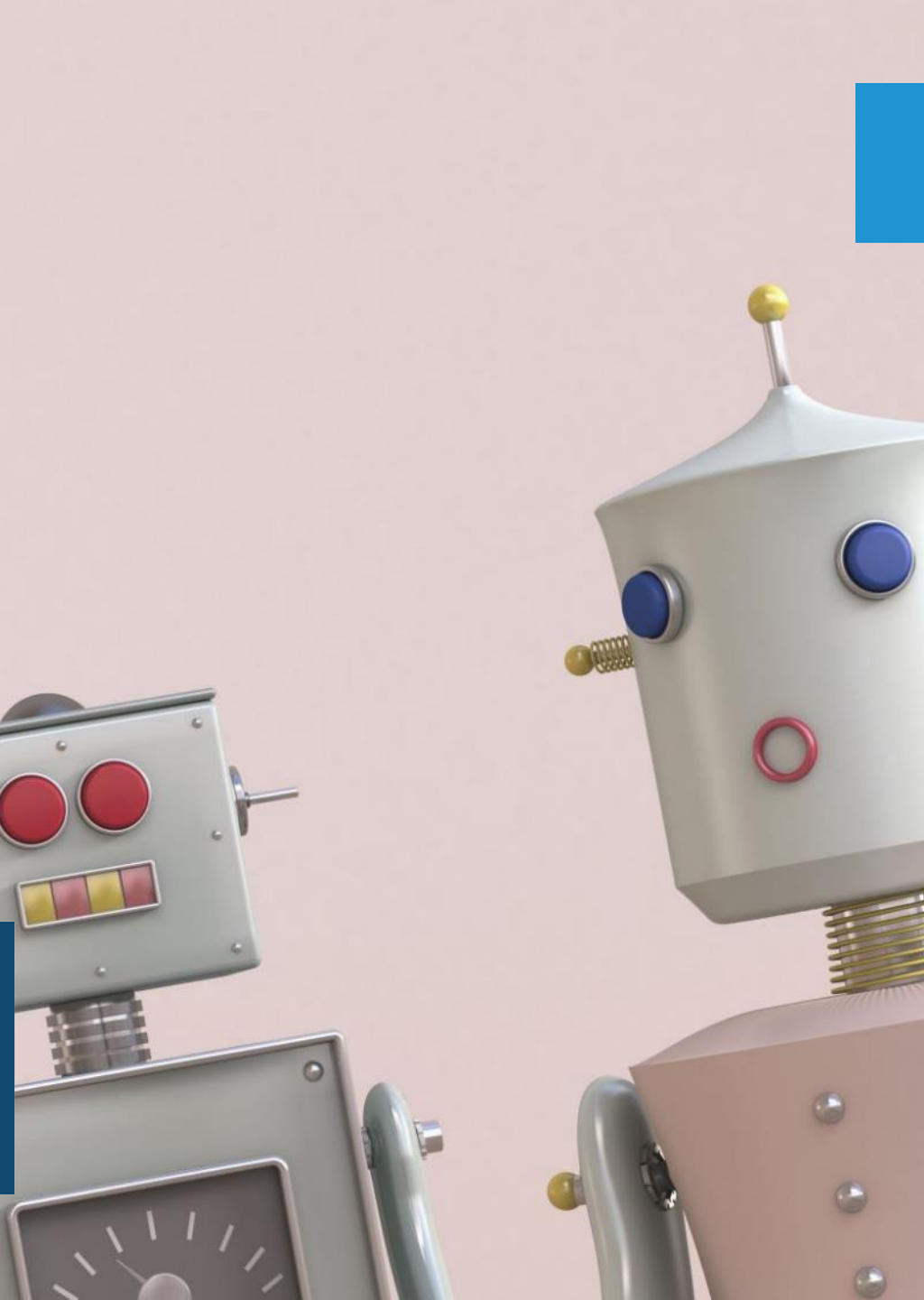
Identyfikując wzorce i trendy za pomocą analizy wizualnej, firmy mogą udostępniać raporty wizualne interesariuszom, zapewniając lepsze zrozumienie i zaangażowanie.



NARZĘDZIA I TECHNOLOGIE

Specjalistyczne oprogramowanie do raportowania zrównoważonego rozwoju usprawnia kompleksowe gromadzenie, analizę i raportowanie danych.

Platformy te integrują możliwości automatycznego gromadzenia danych z różnych źródeł, oferują zaawansowaną analitykę do oceny wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do benchmarków oraz zapewniają szablony i wytyczne w celu zapewnienia zgodności raportów z globalnymi standardami, takimi jak Global Reporting Initiative (GRI) i Carbon Disclosure Project (CDP).



SUGEROWANE ĆWICZENIE PRAKTYCZNE

Warsztaty dotyczące raportu zrównoważonego rozwoju

Cel: Stworzenie próbnego raportu zrównoważonego rozwoju.

Tworzenie zespołów: Podziel się na małe grupy.

Gromadzenie danych: Użyj dostarczonych zestawów danych.

Pisanie raportów:

- Analiza danych.
- Struktura raportu z uwzględnieniem czynników ESG.
- Twórz pomoce wizualne (wykresy, diagramy).

Prezentacja: Podziel się raportami z klasą.

Informacje zwrotne: Omówienie mocnych stron i obszarów wymagających poprawy.

Efekt: Rozwinięcie praktycznych umiejętności w zakresie raportowania zrównoważonego rozwoju.



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cel 16: Pokój, sprawiedliwość i silne instytucje: Promuje odpowiedzialność i przejrzystość w biznesie poprzez raportowanie zrównoważonego rozwoju, zwiększanie integralności instytucjonalnej i tworzenie społeczeństw sprzyjających włączeniu społecznemu.

Cel 13: Działania na rzecz klimatu: Wykorzystuje raportowanie zrównoważonego rozwoju do ujawniania wpływu na środowisko i zagrożeń, promowania świadomości, zachęcania do zrównoważonych praktyk i wspierania globalnych działań na rzecz klimatu.

Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja: Opowiada się za zrównoważonymi praktykami biznesowymi poprzez przejrzyste raportowanie konsumpcji, wykorzystania zasobów i wpływu produkcji, tworzenie zrównoważonych metod produkcji i zmniejszanie śladu środowiskowego.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Cel 8: Godna praca i wzrost gospodarczy: Kładzie nacisk na przejrzystość działalności gospodarczej poprzez raportowanie zrównoważonego rozwoju, ujawnianie wpływu społecznego i praktyk pracowniczych w celu promowania wzrostu gospodarczego sprzyjającego włączeniu społecznemu i godnych warunków pracy.

Cel 17: Partnerstwa na rzecz realizacji celów: Dostosowuje się do globalnych standardów raportowania, takich jak GRI, wspierając partnerstwa między firmami, rządami i interesariuszami w celu zwiększenia skuteczności raportowania, przejrzystości i odpowiedzialności za realizację celów zrównoważonego rozwoju.

3.1 Podejmowanie inicjatywy: Zachęca do samodzielnego podejmowania decyzji w zakresie gromadzenia, analizy i raportowania danych.

3.3 Radzenie sobie z niepewnością, niejednoznacznością i ryzykiem: Pomaga w podejmowaniu decyzji dotyczących złożonych kwestii zrównoważonego rozwoju i wyzwań związanych z raportowaniem.

Dalsze zasoby



Rozpocznij pracę z raportowaniem

Raportowanie zrównoważonego
rozwoju w erze ESG: **najlepsze**
praktyki i nowe trendy



Ethical, Green, Youth Entrepreneurship Education

Zostań z nami



Co-funded by
the European Union