

Låt hållbarhetsarbetet skapa affärsnytta!



Snackar du bara eller menar du allvar?

Erfarenhet

Yttra har 20 års erfarenhet av vad som fungerar i hållbarhetskommunikation och marknadsföring. Vi stärker ditt varumärke och dina miljö- och hållbarhetsuttalanden, business-to-business såväl som till konsument.

Vägledning

Yttras långa erfarenhet av att utarbeta internationella och nationella uppförandekoder gör att vi kan hjälpa till i utformandet av branschpraxis och handfasta vägledningar för avgränsade produktområden.

Utveckling

Yttra vässar er miljö- och hållbarhetspolicy, ger råd i hållbar kommunikation, granskar förslag till marknadsföring, gör konsumentundersökningar och företags- och branschintern utbildning.

Yttra har sin bas i Stockholm och i Östersund

Telefon: 08-559 22 539

E-post: info@yttra.se

Web: www.yttra.se

Yttra hjälper dig kommunicera hållbart

Yttra hjälper företag och organisationer att beskriva och kommunicera sitt miljöarbete, sina varors och tjänsters miljöprestanda och sitt samhällsansvar på ett trovärdigt och attraktivt sätt. Business-to-business såväl som till konsument. Allt enligt övertygelsen att genomtänkt kommunikation ger ökad affärsnytta!

Behov av positionering

Företag söker ständigt efter nya sätt att differentiera och positionera sina varumärken och produkter, särskilt på starkt konkurrensutsatta marknader. Miljöfördelar, ett strukturerat hållbarhetsarbete och ökat samhällsansvar (CSR) har blivit allt viktigare fokusområden i strävan att uppnå denna differentiering.

Nya kundbehov

Många företag har redan insett och försökt att dra nytta av kundernas förändrade efterfrågan, till förmån för mer miljöanpassade och socialt ansvarsfullt producerade produkter. Medvetna företag väljer därför i allt större utsträckning att utveckla och introducera nya varor och tjänster som motsvarar dessa behov.

Nya säljbudskap

Som ett resultat av att "grön marknadsföring" blivit ett allt vanligare inslag i kommunikationslandskapet, blir ord som "eko", "miljöanpassad", "klimatneutral" och "ansvarsfull" allt vanligare i reklambudskapen. För att upprätthålla trovärdighet är det viktigt att formulera sig rätt. Att veta vilka begrepp som fungerar och vad som är tillåtet eller otillåtet i relation till uppförandekoder och lagstiftning.

Vikten av att göra rätt

Om du formulerar dig fel löper du risken att en konkurrent väljer att driva en rättslig process mot ditt företag i marknadsdomstolen. Eller att en intresseorganisation eller enskilda konsument anmäler din marknadsföring till Konsumentverket. Resultatet kan, förutom dålig publicitet, bli att ni anklagas för greenwash och att er kampanj förbjuds och måste dras tillbaka. Yttra hjälper dig undvika fallgroparna innan det är för sent.

Du är välkommen att höra av dig till Yttra om du vill ha hjälp med att kommunicera hållbart!

Läs mer på www.yttra.se