Co-funded by
the European Union

OCEA(n)RT

OCEA(N)RT TRAINING ENOTHTA 3
ΜΑΘΗΜΑ 3

Co-funded by the European Union

ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Στόχος αυτού του μαθήματος είναι να εξετάσει διάφορες τεχνικές marketing και εκμετάλλευσης που μπορεί να αποδειχθούν χρήσιμες για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των περιβαλλοντικών εκστρατειών.

Co-funded by the European Union

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- **Υιοθέτηση καινοτόμων ιδεών και στρατηγικών marketing και εκμετάλλευσης μέσω της ανάλυσης διαφόρων περιβαλλοντικών και μη περιβαλλοντικών μελετών**
- **Περαιτέρω συστάσεις/προτάσεις για την ανάπτυξη εκστρατειών marketing**
- **Οι συμμετέχοντες θα ευαισθητοποιηθούν σχετικά με τη σημασία της περιβαλλοντικής και πράσινης τέχνης ως εργαλεία για περιβαλλοντικές εκστρατείες.**

Co-funded by the European Union

Marketing και αξιοποίηση της τέχνης για περιβαλλοντικές εκστρατείες

Co-funded by the European Union

Source: Pinterest

1. **ΟΡΙΣΜΟΙ:** Τι είναι το marketing?

Σύμφωνα με τον Αμερικάνικο Οργανισμό Marketing …

Το marketing είναι η δραστηριότητα, το σύνολο των θεσμών και των διαδικασιών για τη δημιουργία, την επικοινωνία, την παράδοση και την ανταλλαγή προσφορών που έχουν αξία για τους πελάτες, τους συνεργάτες και την κοινωνία γενικότερα.

Σύμφωνα με τον Kotler…

Marketing είναι η επιστήμη, ακόμη και η τέχνη, της εξερεύνησης, της δημιουργίας και της παροχής αξίας για την ικανοποίηση των αναγκών μιας αγοράς-στόχου με κέρδος.

Co-funded by the European Union

1.2 ΤΙ ΈΙΝΑΙ Η ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ;

Μια περιβαλλοντική εκστρατεία είναι μια εκστρατεία της οποίας το επίκεντρο είναι να ευαισθητοποιήσει σχετικά με τις συνθήκες του πλανήτη μας και να εμπνεύσει την ανάγκη να φροντίσουμε το περιβάλλον μας υιοθετώντας μια πιο βιώσιμη συμπεριφορά ή δεσμευόμενοι για έναν σκοπό.

Source: UNEP

Co-funded by the European Union

2. ΤΕΧΝΙΚΕΣ MARKETING
2.1 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ MARKETING

- Εξερχόμενο marketing (πχ. Διαφημιστικές πινακίδες)
- Marketing από στόμα σε στόμα
- Marketing με συγκεκριμένο σκοπό

Source: WOM Group

Co-funded by the European Union

2.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ MARKETING

2.2.1 ΠΡΑΣΙΝΟ MARKETING

2.2.2 GUERRILLA MARKETING

- Viral marketing
- Influencers marketing
- Experiential marketing
- Interactive marketing
- **Green marketing**
- **Guerrilla marketing**

Source: G2 Learning Hub

Co-funded by the European Union

3. CASE STUDIES

ΧΩΡΙΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

- Chipotle and το πολυσύμπαν
- Εθνική αιμοδοσία στο Ηνωμένο Βασίλειο
- Expedia (digital marketing)

Marketing campaign of National Blood Donation. Source: Decision Marketing

Co-funded by the European Union

OCEA(n)RT

3.2 ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

- WWF εκστρατεία
- Street Art by Banksy για την κλιματική αλλαγή
- Street Art by Odeith (guerrilla marketing)
- Public Installations (guerrilla marketing)
- IFCR International Federation of Red Cross
- Mc Donald's (εξερχόμενο marketing)

Source: Le Huff Post

Source: WWF

Co-funded by the European Union

3.2.1 ΤΕΧΝΗ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ

- Η τέχνη μπορεί να υποστηρίξει την απόκτηση γνώσεων, τη μάθηση από την εμπειρία , και την αξιοποίηση ευκαιριών.

- Η συμπερίληψη των τεχνών στην επικοινωνία marketing προκαλεί δέος και δημιουργεί συναισθήματα.
- ‘’Αποτέλεσμα ανάμειξης τέχνης’’, από τους Hagtvedt and Patrick.
- Ενσωμάτωση της τέχνης μέσω επικοινωνιακού marketing :

- Αναδημιουργία διάσημων πινάκων ζωγραφικής ως φόντο ή εκτυπώσεις σε συσκευασίες
- Ενσωμάτωση μουσικής (μέσω εφαρμογών για κινητά ή ως μουσική σε ιστότοπους).

Source: WWF

Co-funded by the European Union

3.2.1.1 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΤΕΧΝΗ

- **Τι είναι η πράσινη τέχνη?**

Είναι η πρακτική της χρήσης φιλικών προς το περιβάλλον, μη τοξικών και φυσικών υλικών. Ο συνδυασμός αυτών των μορφών τέχνης εξαρτάται από την καλλιτεχνική πρόθεση.

- **Τι είναι η περιβαλλοντική τέχνη?**

Αποτελείται από καλλιτεχνικά έργα που έχουν την πρόθεση να αποτελέσουν μέρος της αναβάθμισης του περιβάλλοντος, κάνοντας παράλληλα μια δήλωση για θέματα οικολογίας και προστασίας.

Source: Blue Ocean Society for Marine Conservation

Co-funded by the European Union

OCEA(n)RT

4. ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

- ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
- Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΧΕΙ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ/ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
- ΚΑΛΥΤΕΡΗ Η ΠΡΑΞΗ ΑΠΌ ΤΗΝ ΘΕΩΡΙΑ
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ
- ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΕΣ ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ
- ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ
- ΧΡΗΣΗ ΑΦΗΓΗΣΗΣ ΙΣΤΟΡΙΩΝ STORYTELLING
- ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ
- ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ ΤΟΥ ΝΕΑΝΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ

Sources: WWF

Co-funded by the European Union

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

1Η Δραστηριότητα: Οι συμμετέχοντες θα χωριστούν σε ομάδες και θα επιλέξουν μια τεχνική marketing και θα προτείνουν μια περιβαλλοντική εκστρατεία της επιλογής τους. Θα μπορούσαν επίσης να επιλέξουν μια υπάρχουσα περιβαλλοντική εκστρατεία και να προτείνουν μια διαφορετική στρατηγική marketing από αυτή που υιοθετήθηκε.

2η Δραστηριότητα: Οι συμμετέχοντες θα χωριστούν σε ομάδες, όπου θα τους ανατεθεί να δημιουργήσουν μια διαφήμιση σχετικά με μια έκθεση τέχνης που επικεντρώνεται στην κλιματική αλλαγή. Θα αποφασίσουν για το είδος της διαφήμισης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες) και θα παρουσιάσουν το σενάριό τους. Στο τέλος, θα παρουσιάσουν τις ιδέες τους και θα εξηγήσουν γιατί αυτή θα μπορούσε να είναι μια αποτελεσματική διαφήμιση.

Co-funded by the European Union

Ευχαριστώ!

www.oceanrtproject.eu

Co-funded by
the European Union

OCEA(n)RT