Конференция "Усойвиви брандове", Лондон

Където устойчивостта, брандинга и дизайна се обединяват за да оформят бъдещето

Водещите брандове на бъдещето ще бъдат устойчивите – изграждането им изисква нов начин на мислене, нова група от съмишленици и нови инструменти – а световните Устойчиви брандове ще покажат този път.

На 27-28 ноември, иноватори на устойчивите марки от Unilever, BASF, MARS, Adidas, Coca-Cola, Kingfisher, Philips, UPS, Sainsbury's и други, ще се срещнат на конференция в Лондон – първата им среща извън Северна Америка. Очаквайте през двата дни необиконовенни разговори и вдъхновение, докато разучавате тенденциите на световния пазар чрез резултати от изследвания и нови практики за изграждане на устойчиви бранд стратегии, комуникация и дизайн. Това ще бъде показано от тези, които преследват социалната и екологична устойчивост като главен фактор за иновация, бизнес растеж и равенство на марките през 21 век.

Какво ще научите от конференцията "Устойчиви брандове" в Лондон?

- Как глобалните и локални тенденции си взазимодействат за създаването не нови възможности за бизнес растеж и преопределянето на стойността на бизнеса през погледа на устойчивостта;

- Как „Силата на &” може да се превърне в лост на устойчивостта чрез организационен редизайн, включване на служителите и партньорство със различни заинтересовани страни, като превръщате тези индикатори в ключа към изграждането на успешна, устойчива марка на бъдещето;

- Какво потребителите по света желаят от марките днес и как да им отвърнете, за да заздравите връзката си с тях и да си подсигурите краткосрочен и дългосрочен успех;

- Как да интегрирате устойчиво мислене в процеса на продуктовия дизайн;

- Как дизайна за промяна на поведението бива прилаган в продуктите и комуникацията на марката, за да подкрепи потребителя в избора си да направи правилното нещо и по този начин да изградите по-дълбока връзка и доверие;

- Как иновациите и социалното предприемачество поставят традиционните марки и

бизнес модели в риск, докато отварят нови възможности за създаване на споделена стойност и изграждайки пътя към по-бърза промяна към глобална устойчива икономика;

- Как устойчивата комуникация и реклама на марката може да създаде споделена стойност, както за бранда, така и за производствения процес, докато в същото време прави добро за хората и планетата.

Ако нямате възможност да присъствате лично на конференцията, организаторите са осигурили интернет достъп до всички лекции чрез регистрация тук:

Програмата може да намерите тук: http://www.sustainablebrands.com/events/sblondon/program

Източник: http://www.sustainablebrands.com/

Превод: Анастасия Велева