

► Inicio

Marketing con causa: ¿tabú o prestigio?

7 Octubre, 2013 - 19:58

CREDITO:
Gwenaëlle Gerard

El cause marketing da a las empresas la oportunidad de robustecerse en el mercado y consolidar sus clientes.

Hablar de marketing con causa en las empresas implica, sin duda, tocar la delgada línea entre la publicidad oportunista que pretende limpiar la imagen negativa de la compañía ante la sociedad y el emprendimiento con visión social, donde premia el deseo por parte del empresario de crear un mundo mejor, una cuestión orientada más hacia la filantropía.

Sin embargo, esto no debería ser así: más que un fin en sí mismo, el cause marketing forma parte de la estrategia de responsabilidad social, es un medio que permite lograr un equilibrio entre los beneficios financieros y los resultados sociales o ambientales.

El marketing social abarca una amplia variedad de actividades, que van desde las campañas que promueven el voluntariado y los donativos utilizando los recursos de la propia empresa, hasta el marketing social corporativo, que invita a los consumidores a adoptar un cambio conductual y de conciencia, todo esto, sin perder de vista el objetivo principal: incrementar la rentabilidad de la compañía.

En el prólogo del libro Lo bueno funciona, de Philip Kotler, David Hessekiel y Nancy R. Lee, comparto mi opinión acerca de lo que hoy en día están haciendo las empresas, las cuales implantan estrategias enfocadas a las buenas prácticas sociales, medioambientales y económicas, obteniendo con ello mayor credibilidad y posicionamiento, así como la generación de vínculos más sólidos con su mercado.

En México se realizan cada vez más inversiones en marketing con causa: ya no es un tabú, aunque a veces sigue estimulando la crítica y no el prestigio, por lo que es importante que las iniciativas sociales se vuelvan un medio de alcanzar el delicado equilibrio de generar simultáneamente dividendos financieros y sociales, además de que las empresas tengan claro cómo integrar el marketing con causa a su estrategia.

Es por ello que surge el Cause Marketing Forum, encabezado por David Hessekiel, para comunicar casos de éxito en esta materia con la finalidad de romper este paradigma. Como corresponsal aquí, al ser parte de su nueva iniciativa Global Voices, difundiré a nivel internacional buenas prácticas mexicanas.

Como muestra de ello, quiero mencionar dos ejemplos de pymes mexicanas que han innovado la forma de comunicar en un sector por demás complicado: la funeraria J. García López, con su página loquequierohacerantesdemorir.com, y Librerías Gandhi, con la iniciativa: publicidad que hace leer, gracias a lo que ambas empresas han logrado robustecerse en el mercado y afianzar clientes.

A modo de conclusión, hay que indicar que a pesar de las críticas que existen en torno del marketing social, este hecho no debe disuadir a las empresas para participar en estas iniciativas, pues representa una oportunidad para dar a conocer sus productos y servicios al tiempo que reducen los riesgos con sus colaboradores y la comunidad e incrementan su rentabilidad a largo plazo.

***Directora de la agencia de responsabilidad social ResponSable.**

Twitter: @RSponsable

gwenaëlle@responsable.net

COMPARTIR

NOTAS RELACIONADAS

Dialogo, requisito para crecimiento de las TIC en AL

Una nueva arquitectura en el Pacto Mundial

Un poco de historia de los MVNO

Respuesta ante la contingencia

La política nociva en México y EU

ÚLTIMAS NOTICIAS



PAN pide consulta pública para incremento a tarifa del Metro

Toyota aumenta 63.5% ventas en China

Publican reforma que permitirá crear Código Penal Único

Negociación fiscal estancada en EU presiona a bolsas de Europa

Tren a Querétaro saldrá por vía del Suburbano: SCT

+ LEIDO

Rousseff denuncia espionaje de Canadá (15,172 hits)

Segob no negoció con CNTE suspensión de plantón (14,033 hits)

Gravity, primer lugar en la taquilla de EU (10,078 hits)

Falta tierra para reubicar a afectados por lluvias (8,486 hits)

Cozumel tendrá un planetario (8,421 hits)

Medios De Publicidad

directaacasa.com/Medios+De+Publicidad

Segmentación y Efectividad en reparto de folletos y volantes



Playa del Carmen x \$ 175

¿Necesitas un Diseño web?

Debes más de \$35000

Congreso de MKT Digital

Geomarketing on line

Aprende Energía Solar

SEO, de Revistas en Línea

Creatividad&punto