

ГРАДЕЊЕ БРЕНД ВРЗ ОДРЖЛИВИ ВРЕДНОСТИ

ПОТКАСТ БР. 3.



Добредојдовте во третата епизода од нашиот поткаст!

Денес ќе се фокусираме на тоа како да изградите моден бренд врз основа на вредностите на одржлив развој. Во свет во кој потрошувачите сè повеќе очекуваат одговорност од компаниите, спроведувањето на еколошки и етички принципи станува потреба, а не избор. Како да го постигнете тоа ефективно? Ајде да видиме.



Градењето на одржлив бренд започнува со поставување цврсти основи. Првиот чекор е транспарентноста – клучниот елемент за градење доверба кај потрошувачите.

Купувачите сакаат да знаат од каде потекнуваат материјалите, како изгледа процесот на производство и дали условите за работа во фабриките се фер. Пример за тоа е политиката на „Транспарентни цени“ на Everlane, каде секој дел од трошоците – од материјали, преку работна рака, до транспорт – е детално прикажан.

Транспарентноста исто така значи да сте отворени за повратни информации од потрошувачите и да умеете да одговорите на нивните прашања. Ова гради лојалност и ја зацврстува врската со брендот.

Друг клучен елемент е локализацијата, која им овозможува на брендovите да дејствуваат посвесно и поеколошки.

Производството кое се наоѓа поблиску до пазарите за продажба го намалува јаглеродниот отпечаток поврзан со транспортот и ги поддржува локалните заедници.



Ко-финансирано од
Европска Унија



На пример, брендот Kowtow, познат по создавање облека од органски памук, соработува со локални занаетчии, нудејќи им стабилна работа и придонесувајќи за развој на локалната економија.

Локализацијата исто така значи и можност за подобра контрола врз квалитетот и процесите на производство – нешто што е од суштинско значење за градење доверба кај клиентите.

Иновацијата во изборот на материјали е уште еден важен аспект.

Во претходните епизоди зборувавме за рециклирање, но денешната технологија оди чекор понатаму. На пазарот се појавуваат материјали направени од земјоделски отпад, како што се лушпи од јаболка, стебла од пченка и влакна од банана. Овие еко-иновации не само што го намалуваат отпадот, туку и отвораат нови можности за дизајн. Пример за тоа е брендот Allbirds, кој изработува обувки од мерино волна и шеќерна трска, докажувајќи дека одржливата мода може да биде и функционална и стилска.

Освен материјалите и производствените процеси, едукацијата на потрошувачите е исто така клучна. Дури и најдобрите практики нема да дадат очекувани резултати ако клиентите не ја разбираат нивната вредност. Едукативни кампањи, како оние што ги спроведува Fashion Revolution (Модна револуција), помагаат во подигање на свеста за влијанието што модната индустрија го има врз светот. Кога брендовите поддржуваат вакви иницијативи, тоа ја зајакнува нивната кредибилност и помага во создавање заедница околу нивните вредности.

Ниту улогата на технологијата во изградбата на одржлив бренд не може да се занемари. Користењето на дигитални алатки, како што е блокчејн технологијата, овозможува следење на целиот синџир на снабдување и гарантира дека секоја фаза од производството е во согласност со принципите на одржлив развој. Овие технологии овозможуваат целосна транспарентност и им даваат сигурност на потрошувачите дека нивните одлуки за купување навистина поддржуваат одговорни практики.

Изградбата на бренд врз вредностите на одржливиот развој бара транспарентност, иновација и доследност во дејствувањето. Брендите што вложуваат во квалитет, етика и едукација на потрошувачите не само што придонесуваат за заштита на животната средина, туку и ја добиваат довербата и лојалноста на клиентите. Тоа е иднина што носи придобивки и за планетата и за бизнисот.

Во следната епизода, ќе погледнеме инспиративни маркетинг кампањи што ја промовираат одржливата мода. До скоро слушање!



Кофинансирано од Европската Унија. Сепак, изразените ставови и мислења се само ставови на авторот/авторите и не ги одразуваат нужно ставовите на Европската Унија или на Фондацијата за развој на образовниот систем (FRSE). Ниту Европската Унија ниту FRSE не можат да бидат одговорни за нив.

Сите резултати развиени во рамките на проектот „STOP FAST FASHION“ се достапни под отворени лиценци (CC BY-SA 4.0 DEED). Истите можат да се користат бесплатно и без ограничувања. Забрането е копирање или обработка на овие материјали во целост или делумно без дозвола на авторот. Доколку се користат резултатите, неопходно е да се признае изворот на финансирањето и неговите автори.