

A CSR KOMMUNIKÁCIÓ LEHETŐSÉGEI AZ AUTÓS SZÉKTORBAN

TAKÓ ATTILA, IPSOS



A krízis és az arra adható válaszok



- Az éghajlatváltozás megoldása nagyrészt életmódunk érzékelhető megváltoztatásával érhető el.
- Az éghajlatváltozás megoldása nagyrészt a technológiai innováció és a tudományos fejlődés révén valósítható meg.
- Nincs mit tenni, nem tehetünk semmit az éghajlatváltozás mérséklése érdekében.
- Nem érzékelem az éghajlatváltozást.
- NT/NV

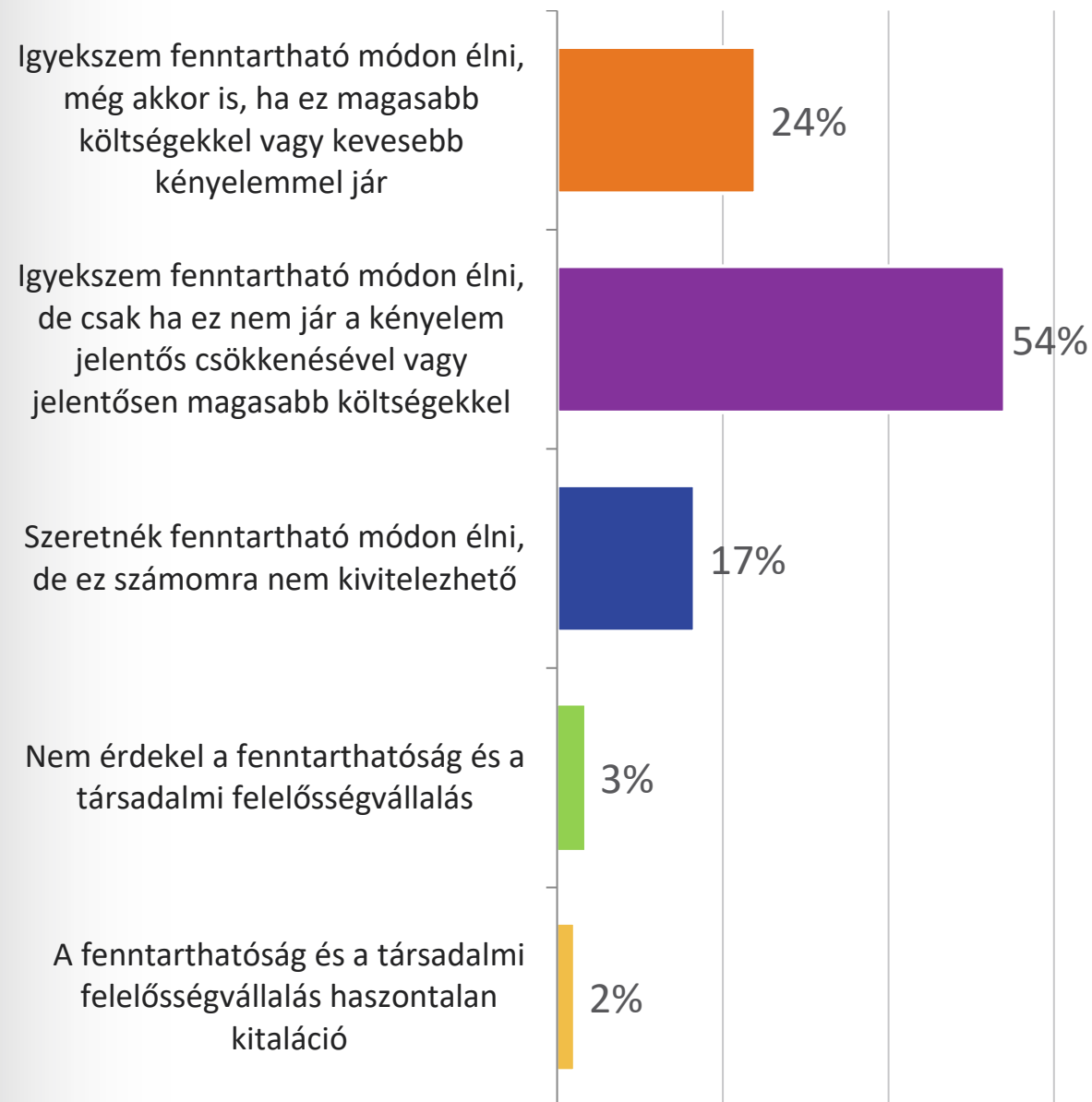
Fogyasztói magatartás



69%

A magyarok 69%-a fenntartható módon élő, etikus fogyasztónak tartja magát.

Melyik jellemzi legjobban az Ön viselkedését a társadalmi felelősségvállalással és fenntarthatósággal kapcsolatban?



Tényleges erőfeszítések

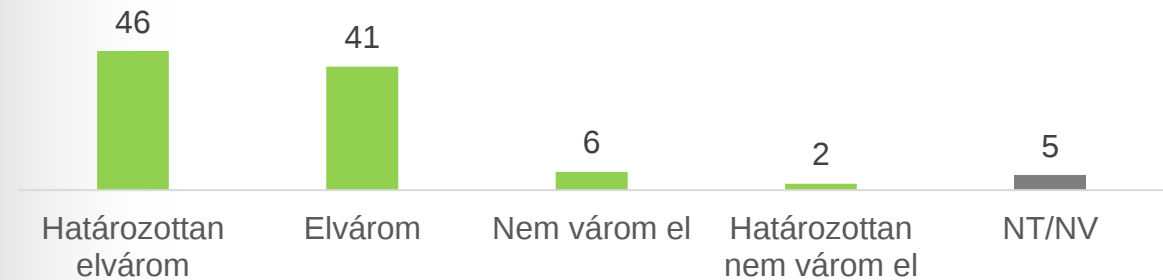
Az alábbi tevékenységek közül melyeket végzi a környezet megvédése érdekében?



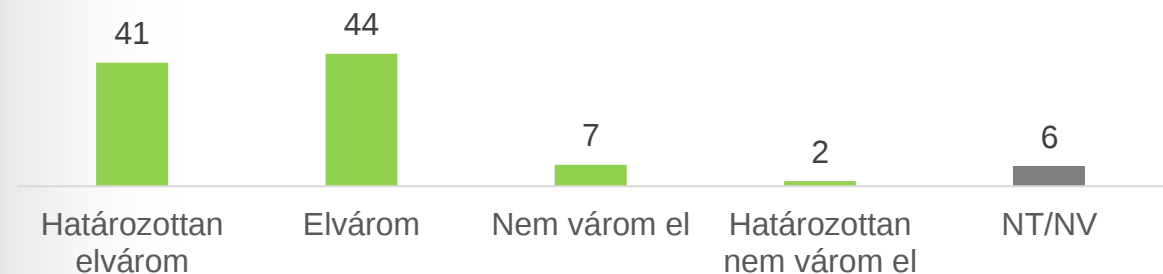


Mit kellene tenniük a különböző iparágakban működő vállalatoknak, hogy társadalmilag felelősségteljesen viselkedjenek?

Fenntartható technológiákba való befektetés és a környezeti hatások csökkentése



Az ügyfelek felelős magatartásának elősegítése



A márkáktól elvárt hozzáállás

- Környezetbarát termelés és szolgáltatás
- A vásárlók döntéseinek támogatása edukációval, árazással, jutalmazással stb.



■ Egyetért

■ Nem ért egyet

A társadalmi felelősségvállalásnak ma minden vállalat értékeinek középpontjában kell állnia.

78%

15%

A vállalati társadalmi felelősségvállalás és fenntarthatóság hozzáadott értéket jelent a kínált termékhez és szolgáltatáshoz.

73%

18%

A társadalmi felelősségvállalás olyasmi, ami megkülönböztet egy adott vállalatot a versenytársaitól.

73%

19%

A vállalatoknak a jelenlegi helyzetben is a társadalmi felelősségvállalásba és fenntarthatóságba kellene befektetniük.

72%

18%

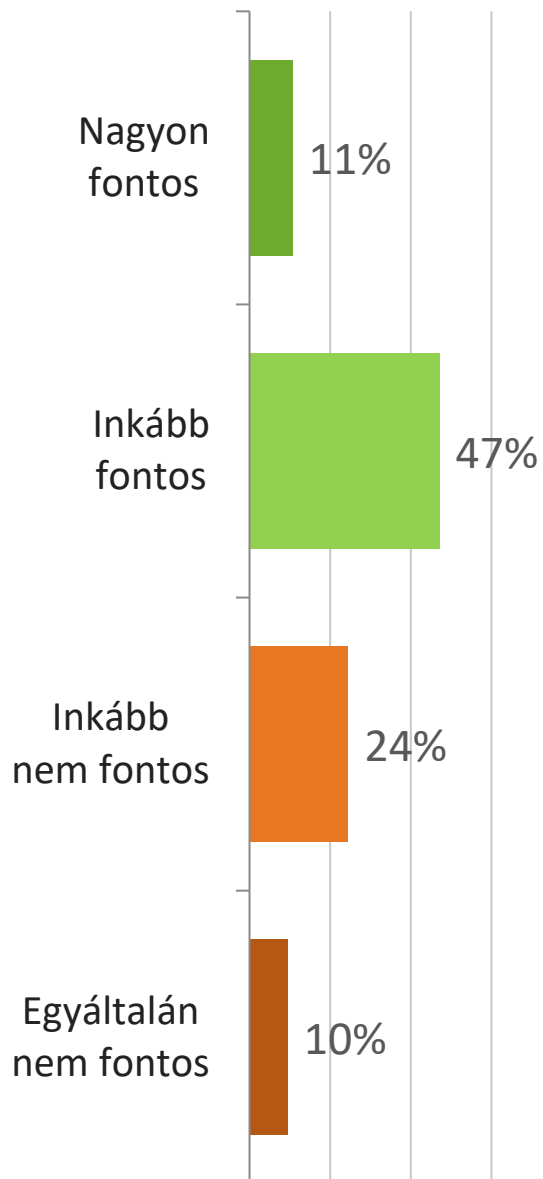
A jelenlegi helyzetben a vállalatoknak inkább a költségek minimalizálására kell összpontosítaniuk, mint a fenntarthatóságra.

38%

52%

Az igazság pillanata: vásárlási döntések

Amikor úgy dönt, hogy egy cégtől vásárol terméket vagy szolgáltatást, mennyire fontos Önnek, hogy a cég társadalmilag felelősségteljesen viselkedik?



Kész rá, hogy életmódbeli kompromisszumokat kössön a környezet érdekében

79%

C O N S U M E
L E S S
S H A R E
B E T T E R

47%

Hajlandó többet fizetni az etikus és fenntartható termékekért vagy szolgáltatásokért

Hajlandó felárat fizetni egy olyan termékért, amely környezetbarát, vagy amelynek eladásából egy bizonyos összeget egy társadalmilag hasznos projektre fordítanak

59%

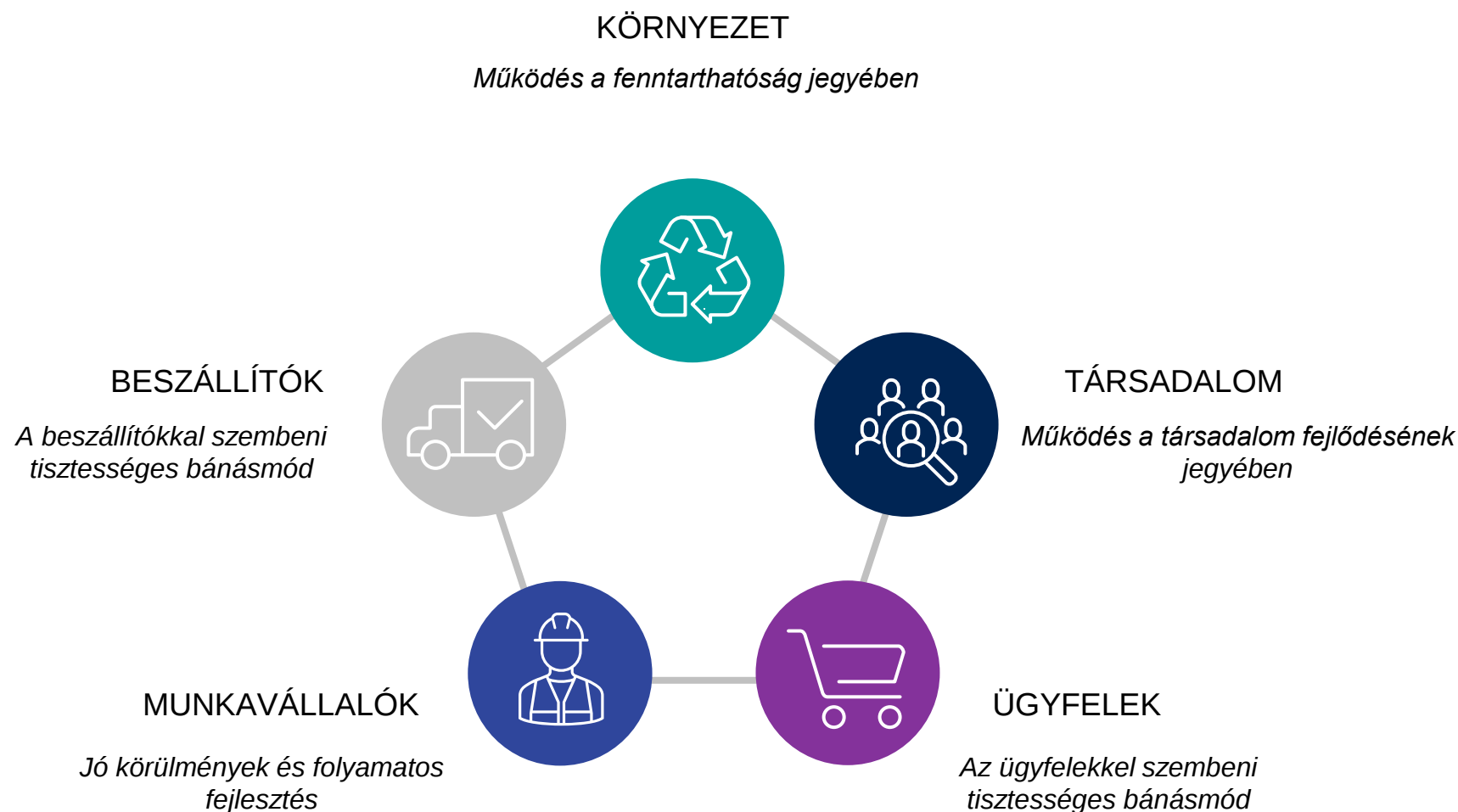


A társadalmi felelősségvállalás dimenziói

A társadalmi felelősséget a vállalat üzleti tevékenységének részeként kell kezelni.

Az értékrend a vállalat identitásában kell, hogy gyökerezzen, és ezen a módon kell mutatkoznia a marketing aktivitásban.

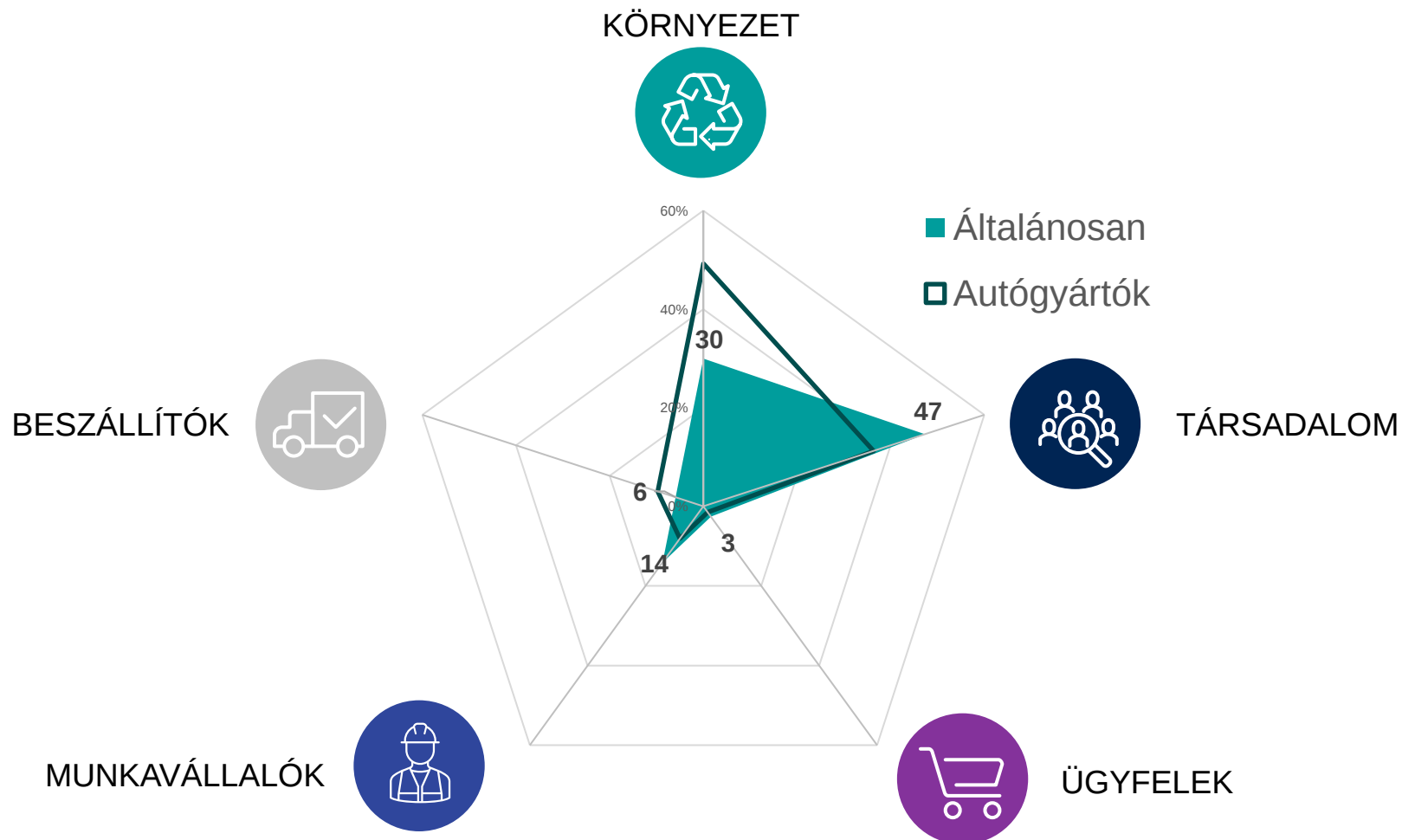
A társadalmilag felelős vállalatoknak az alábbi 5 dimenzió mentén kell stratégiájukat meghatározniuk:



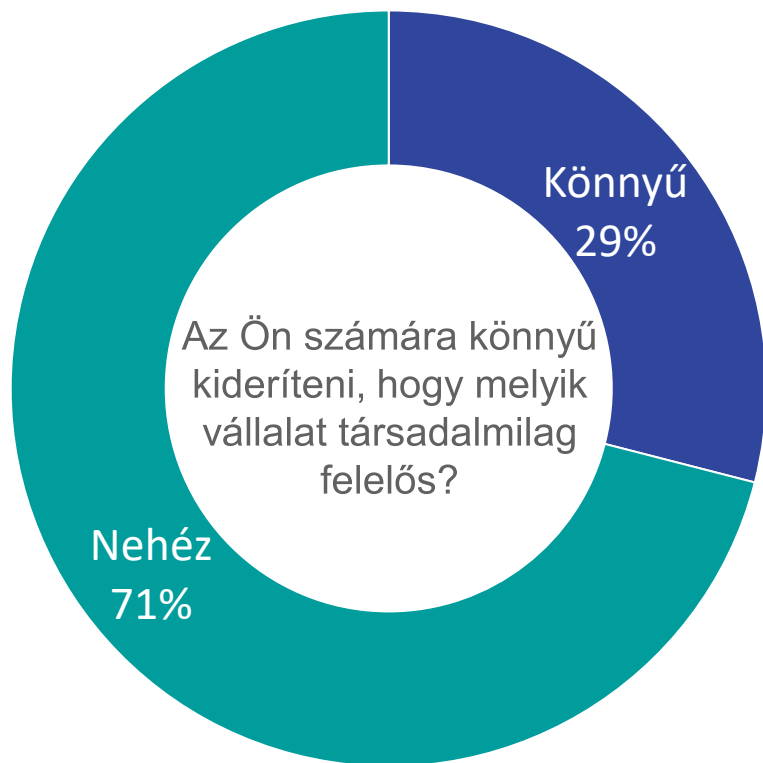
A vállalati társadalmi felelősségvállalás a fogyasztók szerint

A magyar lakosság spontán módon továbbra is leggyakrabban a környezetvédelemre, valamint a vállalatoknak a társadalom iránti felelősségére gondol.

Az autógyártókkal szemben hatványozottabban jelenik meg a környezetre gyakorolt negatív hatások csökkentése.

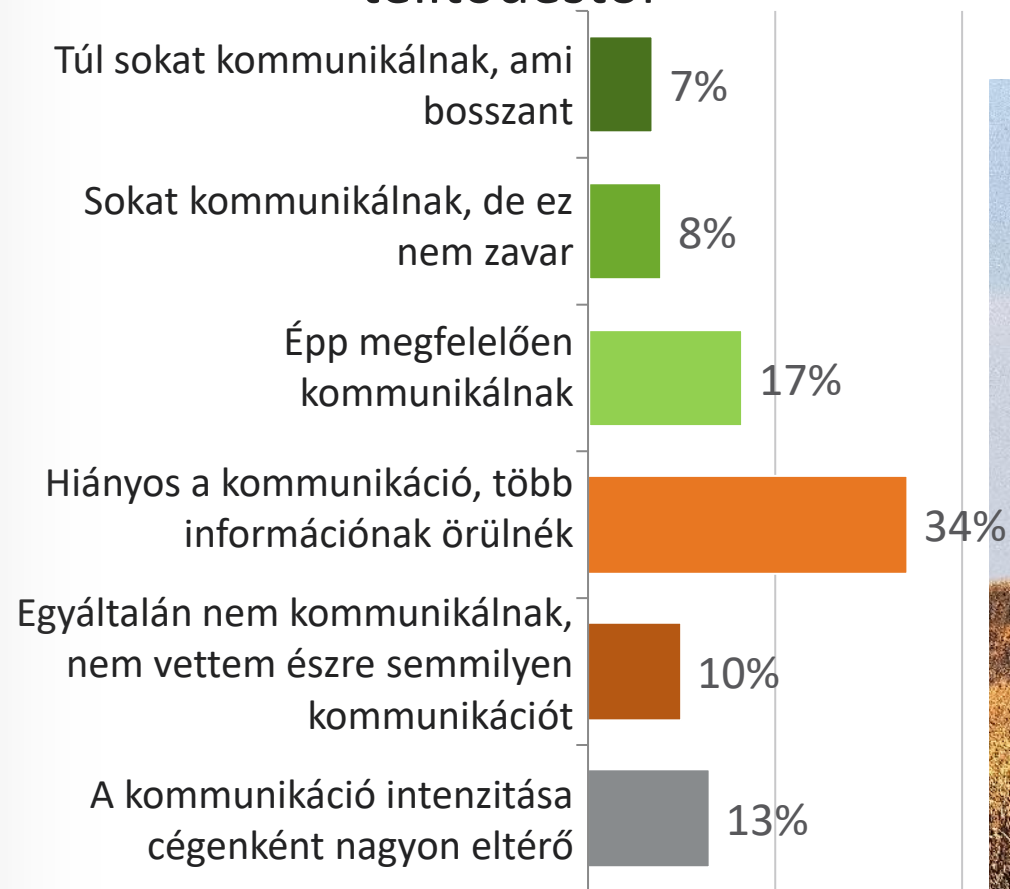


A vállalati CSR kommunikáció percepciója

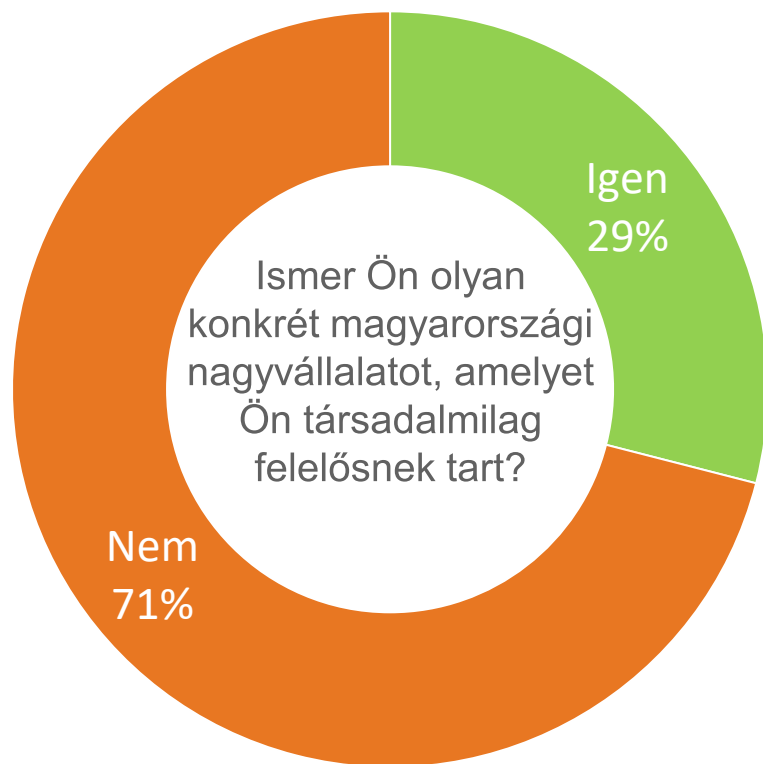


Ön hogyan értékeli a vállalatok társadalmilag felelős tevékenységeikkel és fenntartható magatartással kapcsolatos kommunikációját, annak intenzitását?

Messze van még a fogyasztó a telítődéstől



Társadalmilag felelős vállalatok

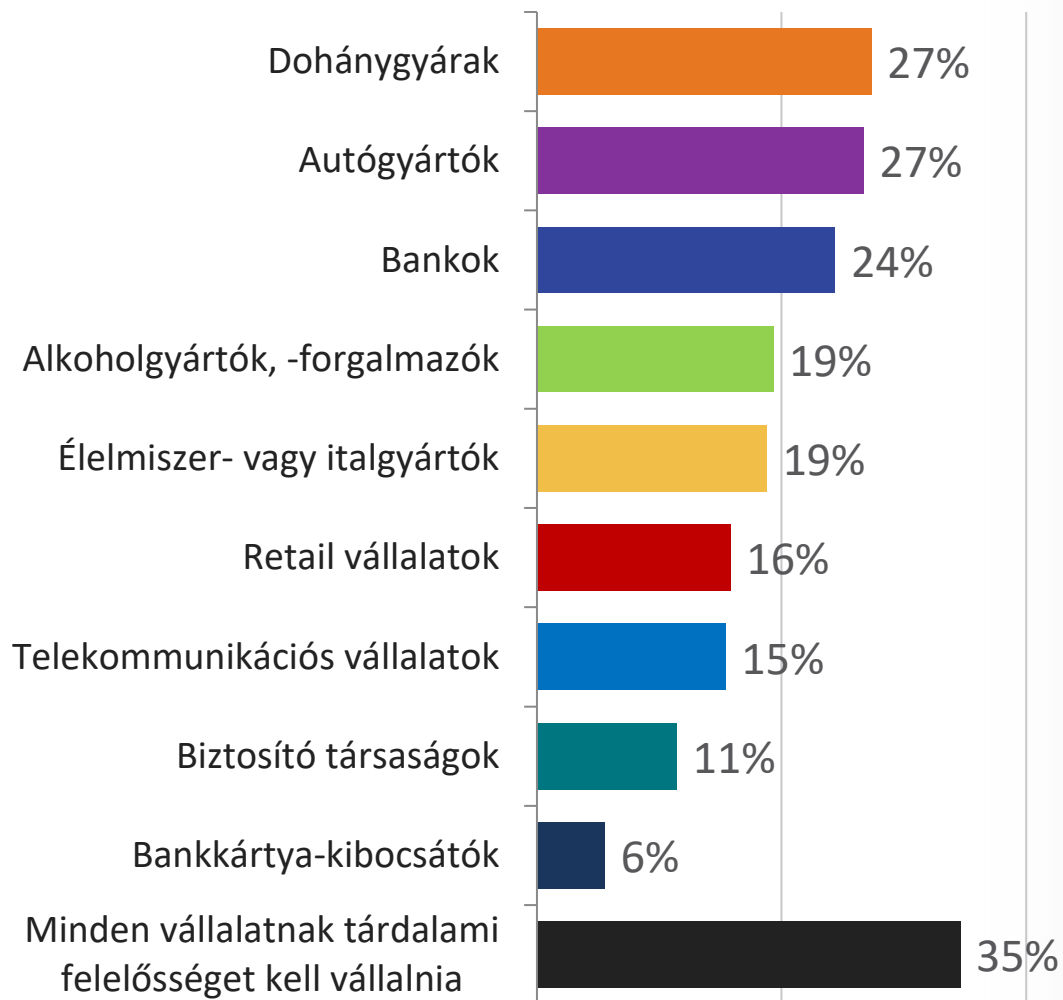


Felelős vállalatok spontán említése

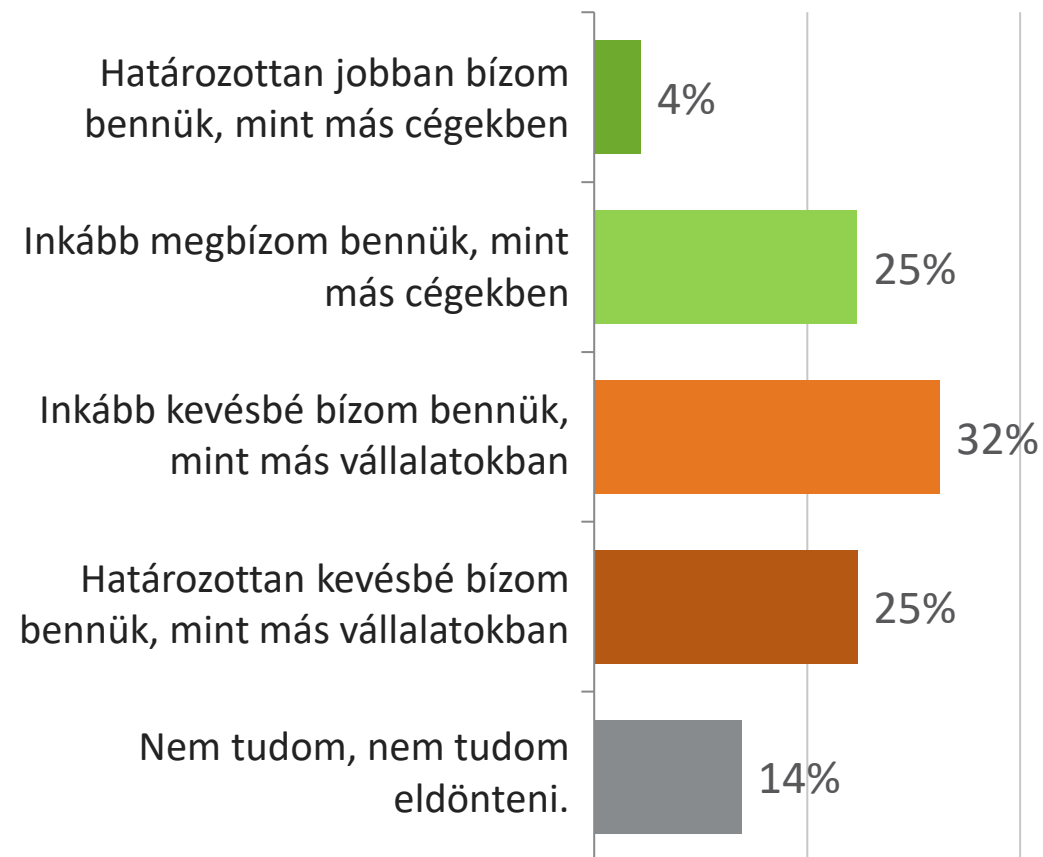


Az autós szektor

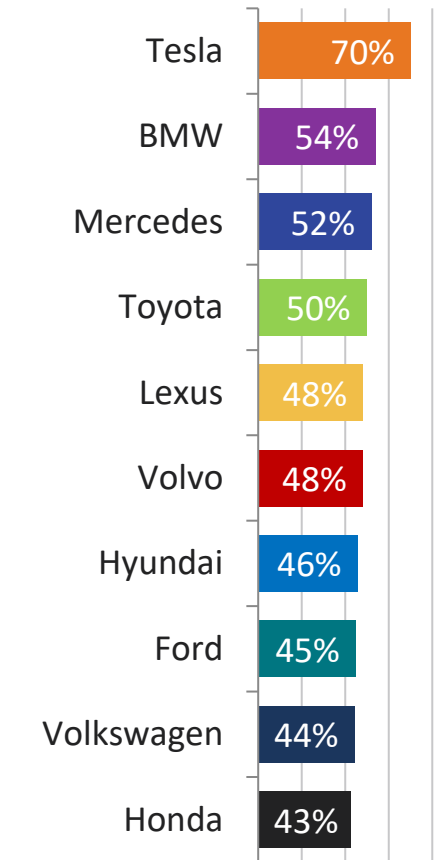
Mely ágazatoknak kellene jobban elkötelezniük magukat a társadalmi felelősségvállalás mellett, mint másoknak?



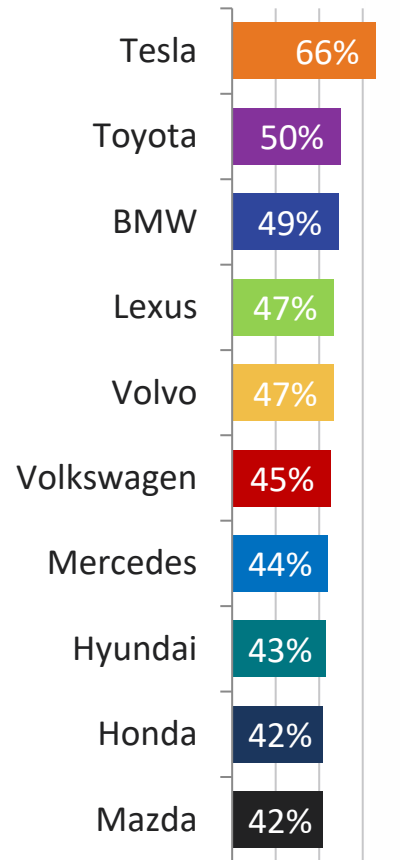
Milyen mértékben bízunk az autógyártás ágazatban működő vállalatok CSR-tevékenységében?



Válassza ki azokat a vállalatokat, amelyek az Ön véleménye szerint előnyösen működnek az alábbi területeken!

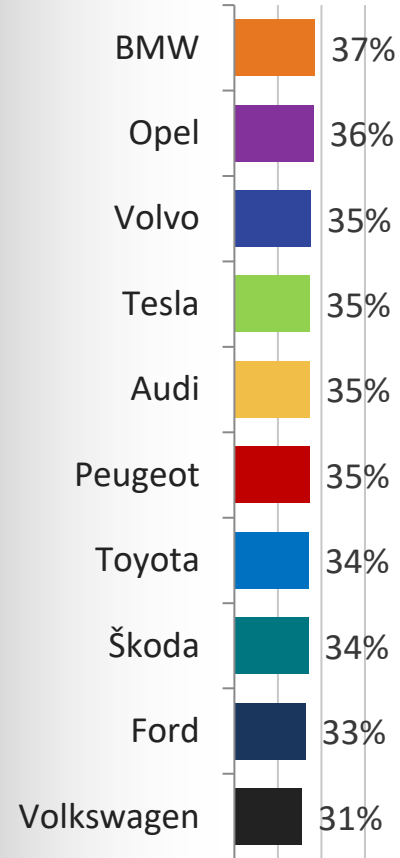


Környezetbarát
modern technológiák
fejlesztése vagy
támogatása

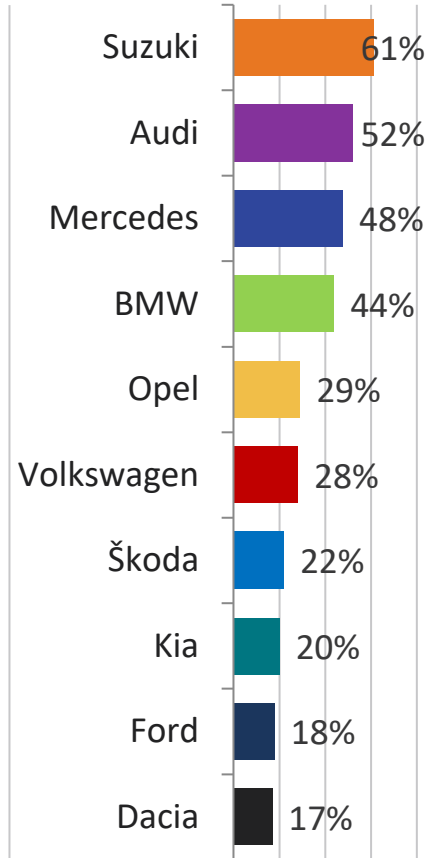


Részvétel a globális
felmelegedés
elleni
küzdelemben

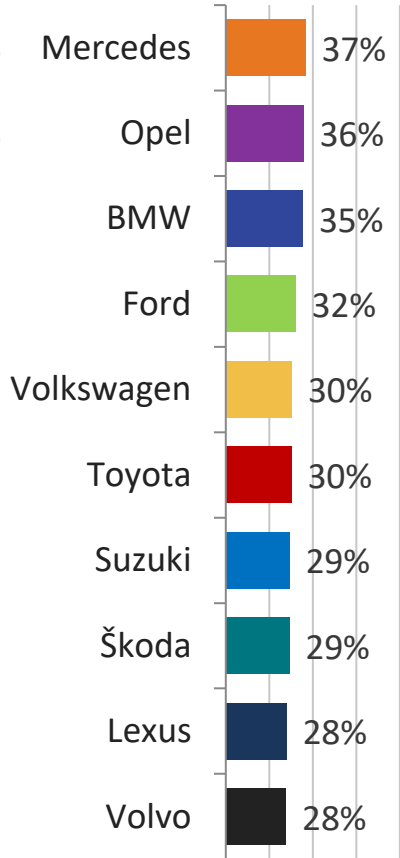
Népítélet: top10 felelősen működő autómárka



Üzleti
etika



Méltányos
bánásmód a
munkavállalókkal

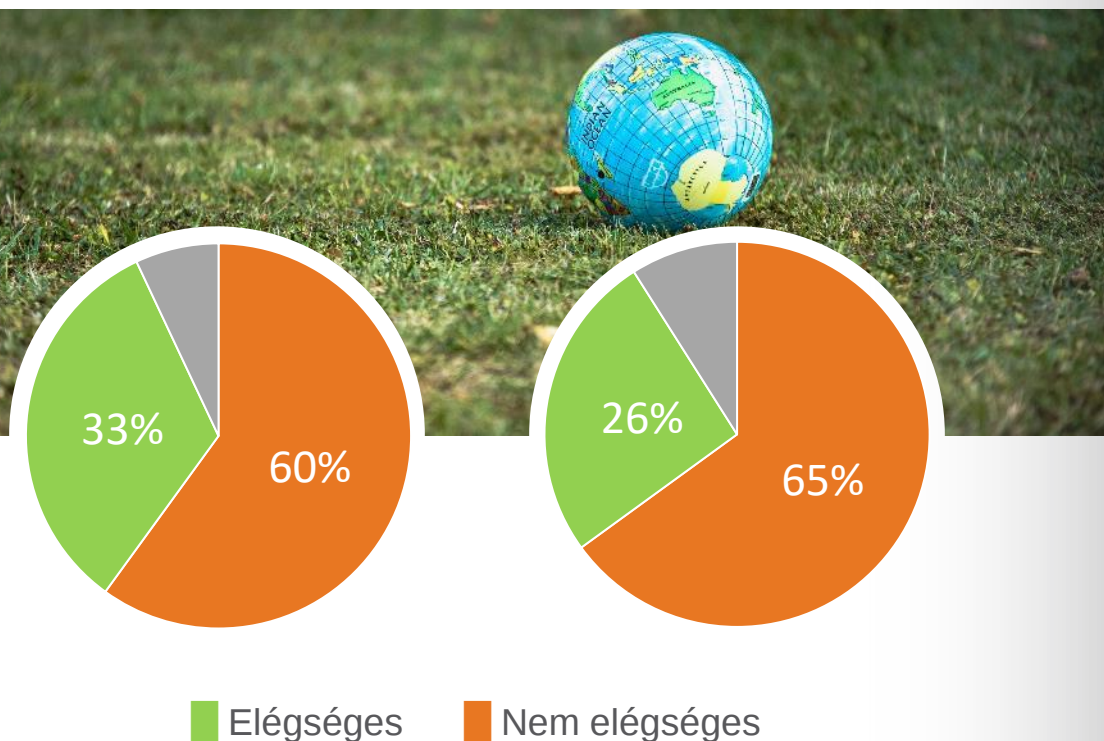


Valódi kommunikáció
az ügyfelekkel,
átláthatóság

Általános hiányosságok

A most meglévő
hangsúly az ökológia és
a fenntarthatóság
témáján...

Az állam és a nemzetközi
szervezetek által az ökológia
és a fenntarthatóság
területén végzett szabályozás
jelenlegi szintje...



Pontosabb, következetes, minden területre kiterjedő kommunikáció igénye

- Tudatos szinten, az általános gondolkodás fő mozgatórugója a környezettudatosság, de az autógyártók CSR tevékenységének megítélése ennél összetettebb.
- Ezért a tájékozottságot növelni kell, pozitívan befolyásolva a márka percepciót és támogatva a fogyasztói döntéshozatalt.

**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

