

# Zo breng je circulariteit in je merk

Marketeers spelen een belangrijke rol in de transitie naar de circulaire economie door maatschappelijke uitdagingen te duiden en klanten en collega's te inspireren hun verantwoordelijkheid te nemen. HelderGroen legt uit hoe circulaire marketeers het verschil kunnen maken.

## Binnen beginnen, buiten winnen

De circulaire economie dwingt organisaties tot verandering. Betrek de volledige interne organisatie, van C-level tot operatie, bij je purpose met inspirerende kansen en verhalen en richt je daarna op de klant.

### 3 tips hoe je het proces faciliteert

- Luister naar iedereen, onderken koudwatervrees, inventariseer en vervul behoeftes. Betrek en activeer mensen met interne campagnes, workshops of games.
- Veranker je merkmanifest intern en betrek dit in de strategie.
- Zorg dat je doet wat je zegt.

## Begin en bouw de ideale wereld

Een sterke purpose begint met wat jouw merk kan toevoegen aan de maatschappij. Kijk waar je op in kunt spelen. Onderzoek hoe je klanten kunt helpen om zich te committeren en duurzaam te handelen. Een ambitieuze én herkenbare purpose creëert precies de benodigde betrokkenheid bij iedereen.

### 3 tips hoe je stakeholders inspireert

- Een merkmanifest met haalbare stappen vormt een sterke basis voor communicatie.
- Neem elke marketingbeslissing in lijn met de purpose, maak fysieke uitingen van duurzame grondstoffen.
- Werk samen met ketenpartners en andere duurzame merken. Zie ook [circulairondernemen.nl](http://circulairondernemen.nl).

## Vooruitgang inspirerend kwantificeren

Metten of je op koers ligt, moet ook kwantitatief gebeuren, op een inspirerende en tastbare manier.

### 2 voorbeelden waarmee je vooruitgang kwantificeert

- Maak je impact toegankelijk en herkenbaar. Spreek bijvoorbeeld niet over x-percentages minder uitstoot, maar vertel aan hoeveel uur douchen de besparing gelijkstaat.
- Maak je impact transparant en toon wat er nog te winnen valt. Zo onderstreep je je ambities, wek je vertrouwen en zet je aan tot meedenken.

## Don't be scared, be prepared

Wanneer je verhaal klopt, hoef je je niet te verdedigen, maar leg je uit. Sta anderzijds ook open voor verbetering. Luister naar kritische vragen en gebruik dit om je ambitie aan te scherpen.

### 3 vragen die je kunt verwachten

- "Leuk dat een x-onderdeel circulair is. Hoe zit het met de rest van de keten en welk bewijs kun je daarvoor leveren?"
- "Hoe is je verkoopprijs opgebouwd?"
- "Hoe en door wie wordt het toegepaste keurmerk gecontroleerd?"