Ilmasto-työkirja

22.5.2019

avidly

#tomorrowbound

Muistiinpanoja, huomioita, piirroksia

#tomorrowbound

Päämäärä. Elämme vahvasti tässä hetkessä, teemme oikeita asioita huomispäivää varten. Reittiä ja suunnitelmia voi muuttaa, mutta suunta kohti päämäärää säilyy.

Seikkailu. Katsomme aina vähän kauemmas. Seikkailu johtaa uusien asioiden löytämiseen ja kokeiluihin. Huomista ei rakenneta eilisen opeilla.

Yhdessä. Huominen rakennetaan välittäen – yhdessä eri ammattilaistemme ja asiakkaidemme kanssa.

Me olemme luova markkinoinnin palvelutoimisto. Luomme kasvua, kehitystä ja muutosta.

Elämme kuin huomista päivää. Autamme asiakkaitamme löytämään parhaan polun eteenpäin ja menestymään myös huomenna.

Haluamme katsoa myös tämän päivän markkinoinnin rajojen ulkopuolelle, venyttää ja tarvittaessa myös rikkoa niitä.

Me olemme **#tomorrowbound**. Yhdessä.

1

Aloita tästä:

Kuka olet?

Mistä tulet?

Mikä oli viimeisin oma ympäristötekosi?

Muistiinpanoja, huomioita, piirroksia

Sidosryhmiltä tuleva paine

Yritykset ja brändit kohtaavat entistä enemmän painetta ilmastoystävällisempään toimintaan. Painetta voi tulla niin työntekijöiden, asiakkaiden kuin muiden tärkeiden sidosryhmien suunnalta. Kuluttajat vaativat entistä vastuullisempaa toimintaa, yritysasiakkaat eivät halua vaarantaa omaa mainettaan ja sijoittajat ovat heränneet vastuullisen sijoittamisen hyötyihin. Useiden eri sidosryhmien kuuntelu ja ymmärtäminen on siis elintärkeää. Haasteeksi voivat kuitenkin muodostua erilaiset odotukset tärkeiden sidosryhmien välillä.

Mieti!
Kenen kaikkien suunnalta yritykseenne kohdistuu painetta?
Millaisia vaatimuksia ja toiveita esiintyy?
Entä ovatko paineet ristiriidassa keskenään?
Miten olette kuunnelleet tai selvittäneet sidosryhmien toiveita?
Missä teillä olisi eniten petrattavaa?
Entä mitkä asiat pidättelevät etenemistä?

TYÖKALUJA

Arvioi miten yrityksellämme menee tämän asian suhteen

hyvin — ei hyvin

Paras ratkaisumme:

Suurimmat haasteet tällä hetkellä:

Huomioita omalta toimialalta. Inspiroivia esimerkkejä joihin olen törmännyt:

Muistiinpanoja, huomioita, piirroksia

Päästöjen tiedostaminen

Jotta liiketoiminnasta koituvia päästöjä voidaan lähteä vähentämään ja mitätöimään, on hyvä ensin tiedostaa missä mennään: mistä päästöjä erityisesti tulee ja miten paljon? Vaikka yrityksen hiilijalanjälkeä on haasteellista määritellä eksaktisti, on olemassa erilaisia hyviä laskureita, kuten CO2Eston hyödyntämä hiilifiksu järjestö -laskuri, jonka avulla päästölaskenta pystytään kerättyjen tietojen perusteella suorittamaan. Jatkuvasti kasvava datan määrä luo mahdollisuuksia päästöjen tarkempaan ja reaaliaikaisempaan mittaamiseen ja seurantaan.

Mieti!
Millaisin erilaisin keinoin olette lähteneet selvittämään, seuraamaan ja arvioimaan yrityksenne päästötilannetta?
Missä olette onnistuneet?
Missä teillä olisi eniten petrattavaa?
Entä mitkä asiat pidättelevät etenemistä?

TYÖKALUJA

Arvioi miten yrityksellämme menee tämän asian suhteen

hyvin — ei hyvin

Paras ratkaisumme:

Suurimmat haasteet tällä hetkellä:

Huomioita omalta toimialalta. Inspiroivia esimerkkejä joihin olen törmännyt:

Muistiinpanoja, huomioita, piirroksia

Uudet mahdollisuudet liiketoiminnassa

Yritysten liiketoimintaan ja myytäviin tuotteisiin suuntautuu muutostarpeita ehkä enemmän kuin koskaan aiemmin. Miten painopiste saadaan siirrettyä kestävän liiketoiminnan puolelle ja toiminnasta koituneet päästöt neutralisoitua? Kiertotaloudessa ajatuksena on, että raaka-aineet ja materiaalit pysyvät pitkään talouden käytössä ja haitta-vaikutukset ympäristölle vähenevät. Tavoitetilassa jätettä ei synny, vaan ylijäämämateriaalit ovat raaka-ainetta muille ja tuotteet suunnitellaan käytettäviksi yhä uudelleen. Kiertotalous ei kuitenkaan ole vain materiaalien tehokasta käyttämistä tai ympäristöystävällistä liiketoimintaa. Sen ajatellaan olevan myös uusi talousmalli, jossa arvontuotanto tapahtuu yhä enemmän aineettomasti – tuotteita korvataan erilaisilla palveluilla. Lisäksi esimerkiksi tavaroita jaetaan omistamisen sijaan.

Mieti!
Millaisia muutoksia olette tehneet liiketoiminnassa?
Millaisia uusia mahdollisuuksia olette tunnistaneet?
Näkyvätkö ilmastokysymykset tai kiertotalous yrityksenne toiminnassa? Miten?
Missä teillä olisi eniten petrattavaa?
Entä mitkä asiat pidättelevät etenemistä?

TYÖKALUJA

Arvioi miten yrityksellämme menee tämän asian suhteen

hyvin — ei hyvin

Paras ratkaisumme:

Suurimmat haasteet tällä hetkellä:

Huomioita omalta toimialalta. Inspiroivia esimerkkejä joihin olen törmännyt:

Muistiinpanoja, huomioita, piirroksia

Ilmastotekojen hyödyntäminen markkinoinnissa

Asiakkaat kiinnittävät entistä enemmän huomiota siihen miten yritys toimii ja millaisia tuotteita se heille tarjoaa. Vastuullisuusviestintä ja kantaaottava markkinointi on tullut jäädäkseen. Aikana jolloin odotukset kohdistuvat ympäristöön positiivisesti vaikuttavien muutosten tekemiseen, riskinä on kuitenkin viherpesun leima. Toisaalta myös vastuullisuuteen pohjautuvalla markkinoilla on jatkuvasti vaikeampi erottua, sillä usein myös kilpailijat viestivät vastuullisuudestaan. Myös ilmastotekoihin pohjautuvan markkinoinnin on oltava erottuvaa ja tunteita herättävää.

Mieti!
Miten olette onnistuneet viestimään ilmastotyöstänne?
Mikä on herättänyt erityisesti mielenkiintoa?
Millaisia haasteita on tullut vastaan?
Missä teillä olisi eniten petrattavaa?
Entä mitkä asiat pidättelevät etenemistä?

TYÖKALUJA

Arvioi miten yrityksellämme menee tämän asian suhteen

hyvin — ei hyvin

Paras ratkaisumme:

Suurimmat haasteet tällä hetkellä:

Huomioita omalta toimialalta. Inspiroivia esimerkkejä joihin olen törmännyt:

Muistiinpanoja, huomioita, piirroksia

Ilmasto-opas: Ilmatieteen laitoksen ja Suomen Ympäristökeskuksen
opas ilmastonmuutoksen syistä, seurauksista ja hillitsemisen keinoista:
ilmasto-opas.fi

Päästöjen arviointi ja CO_2-päästöleikkuri™ yrityksille:
co2esto.com/co2-paastoleikkuri/yrityksille

Hiilifiksu järjestö -laskuri: **blogs.helsinki.fi/hiilifiksu/laskuri/**

Clonetin hiilijalanjälkilaskuri sekä tietoa palveluiden päästökertoimista:
www.openco2.net

Päästöjen mitätöinti Euroopan päästökauppajärjestelmää hyödyntäen:
co2esto.com/kauppa

Haluatko jatkaa ilmastotoimenpiteiden työstämistä?

info@co2esto.com
puh. 040 751 0053

Haluatko erottuvaa ja tunteita herättävää vastuullisuusviestintää ja -markkinointia?

jenni.forsblom@avidlyagency.com
puh. 050 539 2620

avidly

www.avidlyagency.com