

Programa "COMUNICA Y COMPRA VERDE"



Introducción

El programa de formación y acompañamiento gratuito "**Comunica y Compra Verde**" impulsado por la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), a través de la Red emprendeverde y cofinanciado por el Fondo Social Europeo, tiene como fin último aportar herramientas, habilidades y competencias en el campo de la comunicación, el *marketing* (poniendo especial énfasis en el mundo digital) y la compra verde a personas que quieren crear una nueva empresa.

Todo emprendedor tiene muchos ámbitos de actuación a la hora de enfrentarse a la puesta en marcha de su nuevo negocio, desde saber administrarlo, liderarlo o comercializarlo hasta actuaciones en el campo de la promoción y la comunicación.

Con este programa de formación de 3 días presenciales intensos (18 al 20 de diciembre de 2017, en Madrid) y un *mentoring* y acompañamiento posterior, queremos aportar a los nuevos negocios verdes emergentes, conocimientos en *marketing* y compra verde, alineados con un modelo de triple balance: económico, social y, por supuesto, ambiental.

Las emprendedores verdes tienen la oportunidad de generar negocios que, desde un ámbito local, cambien el panorama global, aportando nuevas formas de producir, donde diferenciarse es clave para ser más competitivos y generar negocios sostenibles.

Es ahí donde entra en juego el nuevo **marketing verde**, que debe expresar, interna y externamente, a través de la comunicación todo lo que la organización hace para beneficiar a sus clientes y a su entorno. Sin perder de vista conceptos del *marketing* tradicional, como la segmentación de mercados, la definición de objetivos, el posicionamiento, etc.

Por tanto el *marketing* es un ente vivo que debe ir adaptándose y evolucionando a medida que lo hace su entorno ambiental, social y económico (puntos de equilibrio de la sostenibilidad y el triple balance).

Lo mismo pasa con la **compra verde**, las empresas con una misión y visión sostenibles deben ser coherentes con sus valores, ofreciendo servicios y productos de calidad para el consumidor

y también respetuosos con el entorno (materiales ecológicos, producto de proximidad, comercio justo, economía circular, etc.) cuyos proveedores, productos o materias primas que consuman tengan este valor ecológico.

Programa de la formación presencial

Sede del MAPAMA (Gran Vía de San Francisco, 4-6, Madrid)

LUNES- 18 diciembre 2017	MARTES- 19 diciembre 2017	MIÉRCOLES- 20 diciembre 2017
MAÑANA	MAÑANA	MAÑANA
<p>9:30h. Recepción de participantes y acreditaciones.</p> <p>9:45h. Bienvenida y presentación del programa.</p> <p>10:00h. Introducción a la comunicación y el <i>marketing</i> verde.</p> <p>10:30h. Mi estrategia de comunicación y <i>marketing</i> (<i>Lean Marketing</i>).</p> <p>12:00h. El plan de contenidos.</p> <p>12:15h. Pausa.</p> <p>12:30h. Trabajo en grupo sobre la estrategia de comunicación.</p> <p>13:00h. De objetivos de negocio a objetivos de <i>marketing</i> y comunicación.</p> <p>14:30h. Fin de la jornada de mañana.</p>	<p>9:30h. El mundo digital como oportunidad.</p> <p>10:30h. Redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn.</p> <p>12:15h. Pausa.</p> <p>12:30h. Trabajo en grupo sobre redes sociales.</p> <p>13:00h. Cómo se mueve el sector verde en la red.</p> <p>13:30h. La importancia de lo visual en el mundo digital.</p> <p>14:30h. Fin de la jornada de mañana.</p>	<p>9:30h. Compra verde. Introducción y beneficios.</p> <p>10:30h. Qué criterios seguir cuando realizo una compra, qué comprar y porqué.</p> <p>12:15h. Pausa.</p> <p>12:30h. Conociendo el caso de éxito de un emprendedor verde.</p> <p>13:30h. Conclusiones, dudas y pregunta. Cierre de la formación presencial.</p>
TARDE	TARDE	
<p>16:00h. Mi identidad de marca y <i>Storytelling</i>. La importancia de contar una buena historia.</p> <p>17:00h. La magia de la comunicación.</p> <p>17:30h. Trabajo individual sobre <i>Storytelling</i> del proyecto.</p> <p>18:00h. El contexto actual mundial y el <i>marketing</i> verde.</p> <p>19:00h. Fin de la jornada de tarde.</p>	<p>16:00h. Publicidad <i>online</i> y <i>offline</i> verde. Sinergias y ejemplos prácticos.</p> <p>17:30h. Lo que no se mide no se hace. Análisis de datos para optimizar resultados de <i>marketing</i>.</p> <p>18:30h. Trabajo en grupo sobre análisis de resultados.</p> <p>19:00h. Fin de la jornada de tarde.</p>	

*El espacio y contenidos serán accesibles para personas con discapacidad.