



Co-funded by
the European Union



INNOVATIVE SKILLS FOR
BENEFIT COMPANIES

Marketing e Plano de sustentabilidade para o Projeto S4BC



Mancomunitat
de la Ribera Alta



Capacity Ireland



INSTITUTO DE
TÉCNICA
E INOVAÇÃO

TECH-PARK
KAUNAS

Índice

Objetivos e âmbito deste plano	4
Estratégia de Marketing.....	5
Estratégia de Sustentabilidade	6
<i>QUEM É O GRUPO-ALVO? decisores, partes interessadas e partes interessadas.....</i>	<i>6</i>
<i>QUANDO? Estabelecer um calendário de atividades para a sustentabilidade.....</i>	<i>6</i>
<i>COMO? Técnicas utilizadas para alcançar a expansão da Rede para além do período do projeto</i>	<i>6</i>
Atividades de Sustentabilidade e Marketing Planeadas:.....	8
Marketing comercial	10
Ideias Adicionais	11

S4BC Innovative Skills For Benefit Companies
Projeto n° 2021-1-IT01-KA220-VET-000034806

O apoio da Comissão Europeia à produção do presente documento não constitui um endosso do conteúdo que reflita apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Objetivos e âmbito deste plano

Este plano faz parte do projeto S4BC e descreve como a conscientização e o uso dos resultados do S4BC podem ser fortalecidos para sustentar seu uso no futuro. Nesta introdução, descrevemos o que é o S4BC e por que ele precisa ser comercializado e sustentável.

O projeto teve como objetivo apoiar a elaboração do modelo de negócio da Benefit Corporation, indicando por esta definição abrangente um modelo de negócio que combina o objetivo do lucro com o propósito de criar um impacto positivo para a sociedade e o meio ambiente.

O principal resultado do projeto foi a criação e disponibilização de um curso de formação online **Expert in Benefit Business Management** consistente com o Sistema ECVET organizado em Unidades de Formação e dividido nos seguintes módulos.

1. Organização empresarial do BC
2. Aspectos técnicos do BC
3. Aspectos legais dos BCs nos diferentes países
4. Aspectos estratégicos dos BCs
5. Dimensão europeia e internacional

No plano seguinte iremos delinear 2 estratégias: (1) criação de notoriedade da marca e estratégia de marketing, e (2) estratégia de sustentabilidade e mainstreaming.

Este plano é escrito com o entendimento de que o marketing e a sustentabilidade exigirão uma abordagem diferente por cada parceiro e para cada país e que alguns aspectos podem exigir cooperação internacional, enquanto outros não. As sugestões devem, por conseguinte, ser lidas como inspiração e ideias que podem ser assumidas pelos parceiros. É claro que anunciamos na proposta que faríamos um plano de marketing, então seria sensato se cada parceiro decidisse se envolver com pelo menos um ou dois aspectos desse plano e tentar implementá-lo nos próximos meses, ou além da vida útil do projeto. Algumas das ações mencionadas foram discutidas na última reunião do projeto em Dublin e concordaram em cooperar como uma parceria em ações de acompanhamento.

Estratégia de Marketing

1. **Posicionar o projeto S4BC como a principal iniciativa europeia para o desenvolvimento de competências especializadas para o próspero setor da Benefit Corporation.** Isso foca a mensagem de marketing na proposta de valor única do projeto e sua relevância direta para uma indústria em crescimento.
2. **Enfatizar o duplo foco do projeto na sustentabilidade ambiental e inclusão social, alinhando-se com objetivos sociais mais amplos.** Isso destaca o compromisso do projeto em abordar questões globais urgentes, apelando a um público mais amplo que valoriza esses princípios.
3. **Tirar partido da marca Erasmus+, consórcio de parceiros e redes europeias para criar credibilidade e alargar o alcance.** Isto tira partido da reputação existente e das redes de instituições estabelecidas para dar credibilidade ao projeto e chegar a um público mais vasto em toda a Europa.
4. Manutenção do website do Projeto www.skills4bc.eu e promoção e exploração do principal resultado do projeto **Curso Especialista em Gestão de Negócios de Benefícios**

ACCESS TO THE FREE ONLINE COURSE



Estratégia de Sustentabilidade

QUEM É O GRUPO-ALVO? decisores, partes interessadas e partes interessadas

É importante pensar no nosso público para que possamos direcionar adequadamente as nossas atividades de divulgação e sustentabilidade. Identificar aqueles que beneficiarão de conhecer o nosso projeto.

Isso incluirá usuários finais de nossos produtos, tomadores de decisão, bem como outras partes interessadas, organizações e redes no mesmo campo e outras partes interessadas.

Temos de visar indivíduos e organizações a nível local, regional, nacional e europeu. Mantenha os detalhes de contato em um banco de dados ou planilha para facilitar o contato com as pessoas.

QUANDO? Estabelecer um calendário de atividades para a sustentabilidade.

As atividades de sustentabilidade do projeto S4BC têm sido apoiadas desde o início do Projeto graças às atividades de disseminação e envolvimento net-local através da apresentação do Projeto em seminários, conferências, reuniões e redes sociais.

No que diz respeito aos recursos, os resultados e produtos S4BC fazem parte integrante das atividades diárias de trabalho de todos os parceiros envolvidos. Os recursos humanos e económicos serão continuamente investidos por este projeto, a fim de prosseguir com as iniciativas de investigação relacionadas com as questões do S4BC.

No que diz respeito à disponibilidade de produtos, após a conclusão do projeto, este será apoiado pelo site institucional da S4BC. www.skills4bc.eu

COMO? Técnicas utilizadas para alcançar a expansão da Rede para além do período do projeto

- Cada parceiro pode fortalecer-se nos seus próprios países utilizando redes conhecidas, parceiros, partes interessadas.
- O projeto representa 5 países, a fim de espalhar esta rede o mais amplamente possível, os parceiros podem explorar redes conhecidas, e parceiros passados do presente que teriam um interesse real e necessidade para o Projeto S4BC.
- Aconselhável usar parceiros com quem nós, como rede, trabalhamos bem no passado / ou recomendações.



- Útil olhar para a investigação - que país da Europa tem a maior taxa de penetração das empresas beneficiárias?
- Os parceiros conhecem a investigação realizada nos próprios países em benefício das políticas e das melhores práticas das empresas?
- O plano de expansão deve incorporar a estratégia online (redes sociais, LinkedIn, website).

Atividades de Sustentabilidade e Marketing Planeadas:

Atividade	Público-alvo	Impacto esperado	Canal/Médio	Calendário
Reconhecimento da Marca				
Dedicado S4BC Website e Redes Sociais	Todas as partes interessadas	Hub central para informações, recursos, construção de comunidades e engajamento.	Website, LinkedIn, ResearchGate, Academia.edu	Em curso
Comunicados de Imprensa e Divulgação	Público em geral, Instituições de ensino, Meios de comunicação social	Aumentar a consciencialização, atrair a atenção dos meios de comunicação social, posicionar a S4BC como um líder de pensamento.	Comunicados de imprensa, artigos, entrevistas, podcasts, publicações relevantes da indústria	Em curso
Participação em Eventos de Sustentabilidade e Impacto Social	Empregadores, decisores políticos, investidores	Mostrar a proposta de valor do S4BC, interagir com as principais partes interessadas, promover parcerias.	Conferências, workshops, webinars	Em curso
"Semana da Corporação de Benefícios"	Todas as partes interessadas	Aumente a conscientização sobre as Corporações de Benefícios, compartilhe histórias de sucesso, organize webinars e discussões.	Redes sociais, website, canais de parceiros	Evento anual
Promoção através de Redes de Parceiros	Investigadores, decisores políticos, instituições de ensino	Divulgar os resultados da investigação, chegar a um público mais vasto, promover a abordagem S4BC a uma rede europeia mais vasta.	EFVET, EVBB, EVTA, ETUCE CHEE	Em curso
Integração				

Integração nos currículos das instituições parceiras	Instituições de Ensino, Estudantes	Garantir a sustentabilidade e escalabilidade da formação S4BC, atrair futuros alunos.	Sites parceiros, redes educacionais	Em curso
Desenvolvimento de Estudos de Caso Envolventes & Testemunhos	Empregadores, decisores políticos, potenciais aprendentes	Mostrar o impacto do treinamento S4BC em indivíduos e organizações, construir credibilidade.	Website, publicações, redes sociais	Em curso
Resumos políticos e esforços de defesa	Decisores políticos	Influenciar decisões políticas relacionadas a Corporações de Benefícios e práticas de negócios sustentáveis.	Relatórios, notas informativas, consultas	Em curso
Colaboração com a B Corp Networks	Empregadores, Investidores	Amplie o alcance, promova parcerias, aproveite as comunidades existentes apaixonadas por negócios sustentáveis.	Eventos conjuntos, webinars, partilha de conteúdos	Em curso
"S4BC Rede de Antigos Alunos"	Curso de formação pós-utilizadores S4BC	Fomentar um sentido de comunidade, facilitar a partilha de conhecimento, criar oportunidades de colaboração e crescimento na carreira.	Plataforma online, eventos, grupo LinkedIn	Pós-formação
Incentivar a adoção do S4BC- Escola de EFP Inspirada & Políticas Institucionais	Escolas de EFP, Instituições de Ensino	Promover a integração dos princípios do S4BC em ambientes educacionais e cultura organizacional.	Seminários, consultas, orientações políticas	Em curso

Marketing comercial

'Marketing' no sentido comercial pode ser feito através do desenvolvimento de um plano comercial para vender o curso S4BC **Especialista em Gestão de Negócios de Benefícios**. Esta estratégia é adequada para a maioria das organizações participantes como provedores de treinamento. se os parceiros estão dispostos ou capazes de se envolver com o marketing comercial, porque os parceiros atuais estão recebendo seus orçamentos através do financiamento do projeto (e às vezes treinamento), mas não através do marketing comercial de um método. Também é questionável se eles gostariam de destacar o curso S4BC **Expert in Benefit Business Management** como uma marca preferida e comercializada, ao mesmo tempo em que não falam de direitos autorais e propriedade dela. Portanto, antes de considerar as seguintes estratégias, precisamos tomar uma decisão sobre o princípio do desejo e viabilidade do marketing comercial para todas as Atividades Planejadas acima mencionadas.

Um plano mais ambicioso seria profissionalizar o curso S4BC (site de marketing com loja, redesenho e impressão de materiais, fazer versões on-line para alunos e professores, desenvolver materiais de marketing como folhetos publicitários e formulários de pedido). Para cobrir os custos, este poderia ser um novo projeto da UE.

A estratégia mais ambiciosa seria desenvolver um **esquema NEW S4BC NETWORK**, no qual os atuais parceiros estabeleceriam uma ASSOCIAÇÃO internacional que oferece aos detentores dispostos uma marca, materiais, treinamento e coaching por uma taxa. Os membros devem pagar uma taxa adiantada ou obter um empréstimo da fundação internacional e pagar à associação uma percentagem dos lucros. Os lucros devem cobrir minimamente a manutenção e revisão do método e dos produtos e o apoio dos detentores da franquia.

Ideias Adicionais

- **Série de Podcasts ou Webinars da S4BC:** Apresentando entrevistas com líderes da Benefit Corporation, especialistas em sustentabilidade, educadores e estagiários da S4BC.
- **"Desafio S4BC" ou Competição:** Incentivar estudantes ou jovens profissionais a desenvolver soluções inovadoras para Corporações de Benefícios ou enfrentar desafios de sustentabilidade.
- **Parcerias com Marcas Sustentáveis:** Colabore com corporações de benefícios conhecidas para oferecer estágios, mentorias ou oportunidades de projetos para trainees da S4BC.

Essas estratégias posicionam coletivamente o projeto S4BC como líder no campo, enfatizando seu valor único, relevância para as tendências atuais e amplo apelo às partes interessadas em práticas de negócios sustentáveis e socialmente responsáveis.