



## Társadalmi kérdések a márkaépítésben

Azonnali közlésre!

**Összeér, ami összetartozik – egy cég társadalmi kérdésekről alkotott véleménye ma már a márkaépítése során is megjelenik. A „brand purpose” vagy „doing good” kampányok révén így kapcsolódnak össze a társadalmi ügyek reklámetikai kérdései és a marketing. E téma legjobb feldolgozásáért OTDK különdíjat ajánlott fel az ÖRT a marketing hallgatók számára.**

A reklámozó vállalatok életében egyre nagyobb szerepet kap a „megfelelés”, a „compliance” folyamat, amely azt hivatott biztosítani, hogy – többek között – a reklámozás során minden jogi és etikai szabályt betartsanak. A hatósági büntetések már önmagukban jelentősen ösztönzik a cégek megfelelés iránti szándékát, de az biztos, hogy a fogyasztó márka iránti hitének, sőt szeretetének („love brands”) megőrzése sokkal nagyobb visszatartó erőt jelent. Többek között ezért fordulnak olyan sokszor az ÖRT-höz előzetes vélemény-, és a szintén a megelőzést szolgáló tréning kéréssel.

Mára azonban már nagyon sok cég újabb szintet lépett a márkaépítésben: a márkaépítés alapjává tették, hogy megmutassák: ők is ugyanúgy gondolkodnak a világról, a fogyasztót körülvevő környezet egyes kérdéseiről, mint a fogyasztó. A „mit tud a márka?” helyett mára a „milyen értéket vall fontosnak a márka?” üzenet a márka részévé vált. A szappan tisztító hatása helyett a „hogyan mossunk kezét üzenet”, az üdítőital íze helyett a környezetünkért érzett közös felelősség mind kiváló példái az ún. „brand purpose” reklámoknak.

A társadalom számára fontos kérdések egyre több márka esetében a márka alkotóelemének részeként jelennek meg. Így kapcsolódik össze az ÖRT a döntéseinknél figyelembe vett társadalmi érzékenység és a márkaépítés mai iránya. Fontos számunkra, hogy a reklámetikai kérdések mai szempontjaival a jövő marketinges diákok is tisztában legyenek, ezért ajánlott fel az ÖRT különdíjat az Országos Tudományos Diákköri Konferencián résztvevő hallgatók számára – jelentette ki Gerendi Zsolt az ÖRT főtitkára.

Ez a különdíj az ÖRT széleskörű edukációs tevékenységének része. Tagjainknál tréninget tartunk, és örömmel teszünk eleget az egyetemek meghívásának is. Megyer Örs, Gerendi Zsolt és jómagam alkotjuk az oktatók csapatát, öt egyetemen tartottunk előadást. Meggyőződésem, hogy a reklámetikai kérdések az elmélet és a gyakorlat szempontjából is nélkülözhetetlenek a jövő szakembereinek számára. Nem jogszabályi felolvasó estet tartunk, hanem gyakorlati példák segítségével mutatjuk be, hol húzódik a gyakran vékony megszgye a kreatív üzenet és a reklám tényállítást bemutató reklám között, mire kell figyelni a gyerekek, idősek és a nemek szerepeltetése esetén, és miért problémás a green washing alkalmazása – tette hozzá Fazekas Ildikó az ÖRT igazgató.

