Norhardi Bin Saad

From: Jabatan Komunikasi Korporat
Sent: Thursday, 25 April, 2024 2:24 PM
To: UUM - All Staff; UUM - All Students
Subject: STRATEGI PEMASARAN HIJAU KUASAI PERNIAGAAN MAMPAN



Jabatan Komunikasi Korporat
CORPORATE COMMUNICATION DEPARTMENT
Universiti Utara Malaysia

Your Reliab
DIGITAL INFORMAT

UNIVERSITI PENGURUSAN TERKEMUKA | THE EMINENT M

25 APRIL 2024 / 16 SYAWAL 1445H
==========

Oleh: Siti Fatimah Abdullah
Gambar oleh: Mohd Fuad Hamid

STRATEGI PEMASARAN HIJAU KUASAI PERNIAGAAN MAMPAN



UUM ONLINE: Syarahan Pengukuhan Profesor 2024 Siri 4 “Green Marketing Revolution: Unveiling The Power Of Sustainable Business” oleh Prof. Ts. Dr. Norazah Mohd Suki berlangsung di Auditorium SoIS, semalam.

Amalan pemasaran hijau dan amalan pengeluaran dan penggunaan yang mampan memastikan keseimbangan ekosistem yang halus dan menggalakkan daya tahan alam sekitar operasi syarikat dalam landskap korporat hari ini dan mengubah cara perniagaan berfikir tentang komitmen mereka terhadap kemampanan.

Pemasaran hijau menyumbang kepada Matlamat Pembangunan Mampan *(*SDG) seperti Tindakan Iklim (Matlamat 13), Penggunaan dan Pengeluaran Bertanggungjawab (Matlamat 12) dan Kehidupan di Darat (Matlamat 15).

Global Compact Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu pada tahun 2000 ialah inisiatif sukarela yang menggalakkan syarikat untuk melaksanakan dasar yang mampan dan bertanggungjawab secara sosial.



Dengan menandatangani Global Compact, syarikat berjanji untuk mematuhi sepuluh prinsip dalam bidang hak asasi manusia, buruh, alam sekitar dan antirasuah.

Beliau menekankan bahawa syarikat yang mengamalkan amalan mampan dan berjaya mempromosikan inisiatif hijau mereka boleh menarik pelanggan yang mementingkan alam sekitar yang sanggup membayar premium untuk pilihan yang lebih hijau.

Di samping itu, pemasaran hijau menggalakkan syarikat mengamalkan amalan mampan yang boleh membawa kepada penjimatan kos dan kecekapan yang lebih baik, serta membina imej jenama yang positif dan meningkatkan reputasi mereka, kata Profesor Norazah.

Syarikat melabelkan produk lestari mereka dengan pensijilan dan label yang diiktiraf seperti Energy Star, USDA Organic atau Forest Stewardship Council untuk memberi kredibiliti dan jaminan segera kepada pengguna.

Pensijilan ini berfungsi sebagai isyarat visual yang menyampaikan sifat mampan produk dan membantu pengguna membuat keputusan termaklum.



Menurut Dr. Norazah, syarikat menyediakan maklumat produk yang telus tentang ciri kemampanan produk, termasuk bahan yang digunakan, proses pembuatan dan amalan rantaian bekalan, untuk meningkatkan keyakinan pengguna dan menggunakan QR kod atau halaman web khusus untuk memberikan maklumat terperinci yang boleh diakses dengan mudah oleh pengguna yang berminat.

Beliau mengupas tentang revolusi pemasaran hijau dengan membongkar kuasa perniagaan mapan melalui sumbangan praktikal hasil penyelidikan yang diterbitkan dalam Scopus dan Web of Science sejak 24 tahun pengalaman kerjayanya.

Hasil penyelidikan beliau turut terserlah melalui sitasi polisi di Sage PolicyPfofile yang menjejaki hasil penyelidikannya terhadap dasar. Di samping tersenarai dalam World's Top 2% Scientists oleh Stanford University, USA, sejak 2019 hingga ke hari ini "Career-long World's Top 2% Scientists".

Kerja penyelidikan akademik beliau telah memberikan sumbangan yang besar kepada badan pengetahuan yang diterjemahkan terus kepada yang baharu pengetahuan serta membolehkan beliau menerbitkan sejumlah besar kertas ilmiah (lebih 300) dalam jurnal akademik peringkat atasan, bab buku, buku dan prosiding persidangan.



Please consider the environment before printing this e-mail

Universiti Utara Malaysia Official Website http://www.uum.edu.my

Disclaimer: This e-mail (including any attachments) may contain confidential information. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any review, distribution, printing, copying or use of this e-mail is strictly prohibited. If you have received this e-mail in error, please notify the sender or Universiti Utara Malaysia (UUM) immediately and delete the original message. Opinions, conclusions and other information in this e-mail that do not relate to the official business of UUM and/or its group of companies shall be understood as neither given nor endorsed by UUM and UUM accepts no responsibility for the same. All liability arising from or in connection with computer viruses and/or corrupted e-mails is excluded to the fullest extent permitted by law.