



Nagihan Ünüvar

Markam Sen Marka ve Pazarlama
Yönetim Danışmanlığı
Kurucusu & Genel Koordinatörü

**Kurumsal
Sosyal
Sorumluluk
(KSS),
markaların
sadece kâr
elde etmekle
sınırlı kalmayıp,
topluma karşı
sorumluluklarını
da yerine
getirmeleri
gerektiği fikrine
dayanır.**

Markalar Ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Bir markanın KSS çalışmaları, müşterileri ve çalışanları için olumlu bir etki yaratır. Örneğin, bir markanın sürdürülebilir üretim yöntemleri kullanması, çevresel kaynakları koruması ve etik değerlere uygun davranması, markaya olan güveni artırır. Öne çıkan KSS konuları;

İklim Değişikliği

Sera gazı emisyonlarının azaltılması ve karbon ayak izinin düşürülmesi, toplumsal bir sorumluluk haline geldi. İklim değişikliği ile mücadele etmek, önümüzdeki yıllarda KSS'nin en öncelikli konularından biri olacaktır. Bu kapsamda, markalar üretim ve işletme süreçlerinde sürdürülebilirlik ilkesini benimseyebilirler. Yenilenebilir enerji kaynakları kullanılarak fosil yakıtların kullanımı azaltılabilir. Tedarik zincirindeki tüm iş ortakları, sürdürülebilirlik ilkesini benimsemeleri için teşvik edilebilir. Tüketicilerin ürünlerini geri dönüştürmeleri ve atıkların doğru şekilde yönetilmesi teşvik edilerek, atık yönetimi sürdürülebilir hale getirilebilir. İş süreçlerinin dijitalleştirilmesiyle birlikte kâğıt ve enerji tüketimi azaltılabilir.

Tüketicilerin iklim değişikliği ile ilgili bilinçlendirilmesi içine eğitim programları düzenlenebilir. Bu, tüketicilerin çevre dostu ürünleri tercih etmesine ve doğru çevresel davranışlar sergilenmesine yardımcı olur.

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Sosyal Adalet

Markaların toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunması ve kadınların iş yaşamında daha fazla yer almalarını sağlamak için çaba harcamaları önemli bir KSS konusudur. Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık yaratmak için kampanyalar düzenlenebilir. Bu kampanyalar, toplumda cinsiyet ayrımcılığı-

na karşı farkındalık oluşturmaya yönelik olabilir. Kadınların iş hayatına katılımını teşvik etmek, güçlenmelerini sağlamak için çeşitli programlar başlatılabilir. Toplumsal cinsiyet eşitliğini yansıtan ürün ve hizmetler sunulabilir. Irk, din, dil, cinsel yönelim veya etnik kökene sahip kişilere eşit şekilde davranılması için etkinlikler düzenlenebilir ve politikalar geliştirilebilir. Örneğin, markalar, insan hakları ihlalleri yaşayan ülkelerde üretim yapmamayı tercih edebilirler. İşsizlik ve yoksulluk gibi konulara odaklanılabilir. Markaların sosyal adalet için yaptığı bu tür adımlar, sadece marka itibarına değil, aynı zamanda toplumun genel sağlığına da katkıda bulunabilir.

Dijital Etik

Dijital etik, dijital teknolojilerin kullanımı sırasında, doğru ve etik davranış kurallarına uygun hareket etmeyi ifade eder. Bu kurallar, özellikle kişisel verilerin kullanımı, çevrimiçi davranışların izlenmesi ve reklamcılık faaliyetleri gibi konularda geçerlidir. Dijital etik, tüketicilerin haklarının korunması ve dijital dünyada güvenli bir ortamın sağlanması açısından önemlidir. Tüketiciler, markaların kişisel verilerini toplarken ve kullanırken, doğru ve açık bir şekilde bilgilendirici olmalarını beklerler. Bu verilerin korunması ve izinsiz kullanımının önlenmesi de önemlidir. Markaların doğru bilgi sunmaları, yanıltıcı ve manipülatif davranışlardan kaçınmaları gerekir. Müşteri hizmetleri ve geri bildirimlere doğru ve zamanında yanıt verilmesinde beklenir.

Özetle, tüketiciler bir markanın gerçekten topluma fayda sağlamak için çaba gösterdiğini görmek isterler. Bu nedenle, markaların KSS faaliyetlerinde samimi olmaları ve sadece pazarlama stratejisi olarak kullanılmaması önemlidir.