

ESG 品牌聯想：誰是最終贏家？

接下來，我們希望了解在不同品類中，品牌在融合 ESG 與品牌形象上的表現如何。為此，我們詢問了受訪者各品牌在履行消費者認為其品類中最重要 ESG 責任上的表現。

在速食餐廳（QSR）類別中，有一個品牌（品牌 A）在所有五個對消費者而言重要的 ESG 責任上表現突出，並在 ESG 品牌聯想上表現突出。然而，我們調查的其他速食餐廳品牌在每個 ESG 責任上都沒有明顯區別。（見圖 2）

在護髮產品品牌中，有一個品牌在消費者重視的 ESG 責任上脫穎而出，但另外兩個品牌也展現了自己的獨特之處。

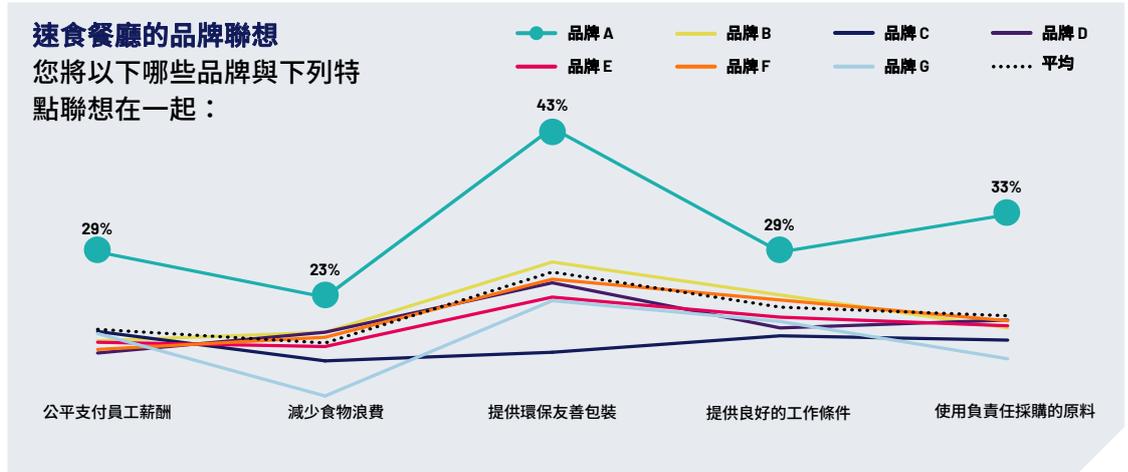


圖 2

挖掘市場空白機會

最終，我們希望找出速食餐廳（QSR）和護髮產品品牌在 ESG 領域中是否存在不同的市場空白機會。對於速食餐廳來說，最大的機會在於證明品牌不受財務利益驅動、優先考慮顧客安全，以及優先使用本地食材。（見圖 3）

而對於護髮產品品牌來說，最大的機會在於明確表示產品對環境的影響、減少工廠污染與浪費、防止會影響他人的風險，並確保產品的製造過程透明。

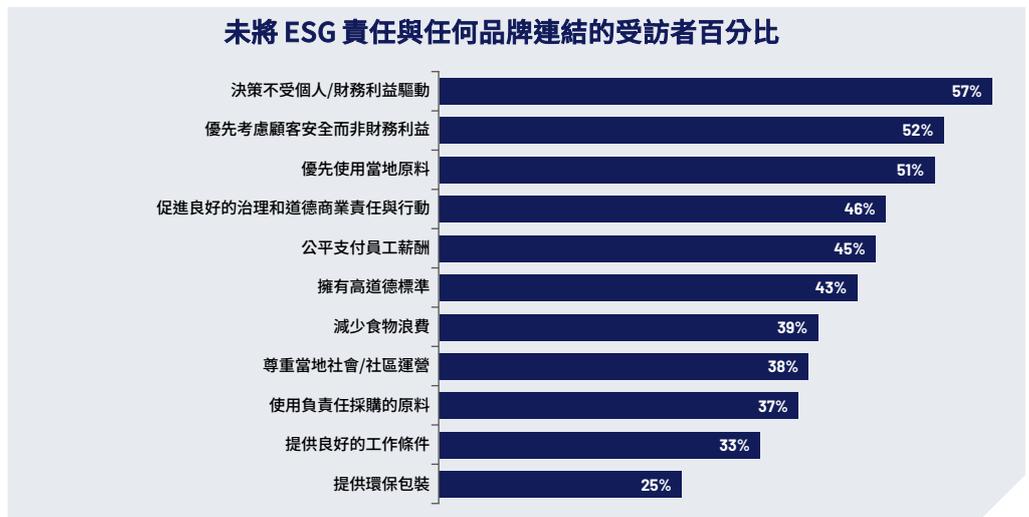


圖 3

找出您的品牌在 ESG 領域中能夠脫穎而出的位置

儘管 ESG 是熱門話題，但對大多數市場行銷人員來說，執行 ESG 計劃充滿挑戰。了解消費者期望您的品類在哪些 ESG 責任中有所行動，以及您的品牌可以在哪些地方發揮作用，在制定消費者將參與的計劃和如何與他們溝通時至關重要。

為了確保成功，我們建議您：

- 選擇與您的品牌歷史及資產相契合的 ESG 責任，使其自然融入您的品牌。
- 向消費者明確展示您的 ESG 活動和成就（不僅只是股東）。

- 根據消費者的期望和信念調整 ESG 活動的溝通方式。
- 監控您品類的 ESG 環境，並隨時了解消費者價值觀和品牌認知的變化。

將 ESG 融入您的品牌定位是一項複雜的工作——將 ESG 策略融入消費者對品類和品牌的期望是成功的第一步。