Como não cair em Greenwashing ou Socialwashing

Negócio - Sustentabilidade Corporativa

Live Training (também disponível em presencial)

- **Localidade:**
- **Data:** 22 Feb 2027
- **Preço:** 205 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Manhã das 9h00 - 12h30
- **Nível:**
- **Duração:** 4h

Sobre o curso

Paradoxalmente ao aumento de poder detido pelas empresas e consequente exigência exercida sobre estas, o fosso entre a percepção que a liderança das empresas e o consumidor têm sobre temas como transparência e propósito, nunca foi tão grande.

Se a estes fatores adicionarmos a urgência da comunicação da sustentabilidade, temos uma tempestade comunicacional perfeita, onde todas as empresas comunicam um mesmo posicionamento, a posse das mesmas virtudes e as mesmas declarações de intenções.

Conseguir dar resposta às expetativas de consumidores e demais *stakeholders*, conciliando atratividade com transparência, ou promoção de boas práticas com diferenciação, são desafios que facilmente podem levar a que se caia no erro e/ou tentação do *Greenwashing* e do *Socialwashing*.

Reconhecer más e boas práticas, possuir ferramentas de alerta e estratégias para evitar o *Greenwashing* e o *Socialwashing* são essenciais para a manutenção do capital reputacional e por consequência da relação com os consumidores e outros *stakeholders*.

Temas abordados:

- O que é *Greenwashing*?
- O que é *Socialwashing*?
- A perspetiva dos *Stakeholders*
- Modelo preventivo de *Greenwashing and Socialwashing*
- Guia prático: *Red Flags Alert,* Impacto, Comunicação
- Desafios práticos: Produto e comunicação
- Construção de comunicação de produto
- Construção de comunicação corporativa

Objetivos

No final da formação, cada Participante será capaz de dar resposta às questões:

- O que é *Greenwashing*?
- O que é *Socialwashing*?
- Quais os riscos associados?
- Quais as perspetivas dos meus principais *stakeholders*?
- Quem são os novos líderes de opinião do mundo digital?
- Quais os principais indicadores de que estou a correr riscos desnecessários?
- Como ter uma comunicação atrativa e diferenciadora correspondendo às exigências de transparência e ao compromisso ético que quero para a minha empresa?
- Definir uma *check list* com os principais fatores e pontos de risco associados ao *Greenwashing* e ao *Socialwashing*.
- Construir comunicação de produto e uma campanha de comunicação corporativa *Greenwashing and Socialwashing Free*

Metodologia

A formação terá um tempo total de aprendizagem para o participante de 4 horas. Será iniciado com um conjunto de vídeos, onde cada participante terá oportunidade de aceder aos conteúdos acima descritos. Será depois disponibilizado um conjunto de vídeos curtos (5 -10 minutos cada) que explicará os objetivos e cada um dos passos a realizar para a construção do exercício final (construção de campanha produto e reputacional). Em paralelo, os participantes serão convidados a realizarem um conjunto de exercícios práticos que serão fundamentais para a apreensão de conceitos e para a aplicação prática dos mesmos nas realidades profissionais de cada um.

Haverá ainda 2 momentos de interação com o formador, de 1h00-1h30 cada, para dúvidas, análise de resultados, partilha de experiências em grupo e construção de plano de ação. Os participantes poderão enviar questões antes da sessão live, para serem discutidas em grupo.

Programa

- Capacitação para temas Socialwashing e Greenwashing
- Conhecimento e prática de indicadores de Socialwashing e Greenwashing
- Ação e exploração da check list de Greenwashing e Socialwashing
- Co-construção de comunicação de produto e corporativa