

POLITICA DE MARKETING RESPONSABLE

SCMTH, ha apostado por desarrollar una política de marketing socialmente responsable. Creemos en la importancia de establecer políticas empresariales éticas, igualitarias y sostenibles desde el punto de vista social y económico. Todas las actividades realizadas por SCMTH tienen como objetivo último permanecer a través del tiempo generando beneficios que superen lo económico.

SCMTH ha integrado el concepto y las prácticas de marketing responsable en sus elementos de comunicación y publicidad, prestando atención a las necesidades e intereses de nuestros clientes.

Estamos hablando de una nueva forma de comunicarnos y entendernos en el mundo de los negocios: más humana, más responsable, más social.

SCMTH tiene implementado un protocolo Marketing y publicidad y de prácticas de venta que tiene en cuenta tanto la relación, en sí, con el cliente, como la consideración de las sugerencias que nos transmite.

CARACTERÍSTICAS DE NUESTRA POLÍTICA DE MARKETING RESPONSABLE:

Introducir la responsabilidad social en la propia labor comunicadora; es decir, la manera de hacerlo: que las herramientas, los canales y soportes escogidos y/o diseñados, también sean responsables.

Canales de comunicación con el público: para determinar las herramientas de comunicación con nuestros grupos de interés. Definimos nuestra estrategia en función de tres variables:

- El mensaje: lo que queremos decir.
- El objetivo: porqué y con qué finalidad.
- El público: el grupo de interés que se quiere informar o sensibilizar.

Transparencia de la Información: información completa y verídica tanto de los productos formativos (acciones de formación) como sobre todos aquellos servicios o aspectos de aquella que considere que son de su interés. Un indicador de RSE en este ámbito es el hecho de que SCMTH disponga, en su estructura organizativa, de un Servicio de Atención al Cliente que, además, esté representado en los órganos de Toma de Decisiones de la misma.

Respeto a la Privacidad: importancia de la ley de protección de datos con la definición y establecimiento de estándares y normas referentes al respeto a la privacidad individual de nuestros clientes (empresas) y de los participantes en las acciones formativas.

Equidad de género: desarrollar una comunicación tanto escrita como verbal (atención al cliente) que no utilice un lenguaje sexista, sustituyendo palabras masculinas por palabras "genéricas" que engloben a los dos sexos.

Respeto a la diversidad cultural, los valores sociales vigentes y las diferentes creencias religiosas.

Información clara y sincera: que fomente la responsabilidad y eficacia, sin que el trabajo ofrecido o el mensaje emitido pueda crear expectativas o garantizar resultados inalcanzables para la organización o, en su caso, para el cliente.

Soportes de la comunicación: utilizamos materiales respetuosos con el medio ambiente. Hemos desarrollado estrategias de comunicación digital como una apuesta estratégica para una nueva forma de comunicación más sostenible y eficaz.