



Lions International

行銷撥款個案研究

第八憲章區 | 411 複合區，烏干達 | 多媒體行銷活動

(2024-2025 年度頒授的行銷撥款)

概述

411 複合區 (MD 411) (烏干達) 獲得一筆 5,000 美元的 Lions International 行銷撥款。這筆資金使 MD 411 得以編製實體和數位的行銷工具，以提高大眾對 Lions International 的認知。此活動旨在吸引更多元化的潛在烏干達獅友群體 (包括婦女和年輕人)。這個方案也包含服務的層面，獅友們藉著美化區域各地城市入口的標誌來宣傳他們的分會。

目標

1. **吸引新的和多元化的會員**：除了招募更多退休年齡的志工外，烏干達的獅友也希望激發年輕人的興趣，以及招募更多婦女加入獅子會。他們也著手成立新分會，以幫助全球的 **MISSION 1.5** (150 萬的使命) 的工作。
2. **使用多媒體工具推廣分會**：當 MD 411 規劃行銷活動時，他們的目標是結合傳統印刷材料和數位的元素。
3. **提高對 Lions International 整體的認知**：烏干達的獅友希望透過分享資訊、在區域各地張貼獅子會會徽，以及用獅子會品牌的標誌美化城市入口標牌來提高對 Lions International 品牌的認知。

里程碑

1. 增長會員發展

由於烏干達獅友的行銷活動，他們成功地招募了 600 多名新會員，並且成立了近十二個新分會。



2. 建立實體和數位的行銷資產

MD 411 的目標是藉著探索多種的行銷途徑，觸及盡可能多的潛在獅友。他們最終選擇了傳統的印刷材料（如 T 恤、傳單、庭院標牌、較大的城市歡迎標牌），以及數位的元素（如社群媒體廣告和 MD 411 網站的品牌重塑）。

3. 提高對品牌的認知

烏干達獅友的報告指出，社區對獅友的身分和他們在該地區的工作的興趣顯著增加。此行銷活動也引起了當地媒體的關注，獲得了 15 則關於 MD 411 的新聞報導。

媒體

