



Fallstudie om marknadsföringsanslag

KO 1 | MD 31, North Carolina, USA | Marknadsföringskampanj med videon "Lions arbetar"

(Beviljat marknadsföringsanslag 2024-2025)

Översikt

Multipeldistrikt (MD) 31 (North Carolina, USA) beviljades ett Lions Internationals marknadsföringsanslag på USD 15 000. Anslaget gjorde det möjligt för MD 31 att lansera en marknadsföringskampanj om Lions varumärke och en rekryteringskampanj som särskilt vände sig till arbetarklassen i området. Potentiella medlemmar i USA berättar att en av de främsta anledningarna till att de inte går med i Lions är att de tror att de inte har tillräckligt med tid. Lions medlemmar i delstaten North Carolina skapade en marknadsföringskampanj i form av en video som skulle visa flexibiliteten och enkelheten i Lions.

Mål

1. **Visa potentiella medlemmar att det alltid finns tid att hjälpa:** Lions medlemmar i North Carolina har tagit itu med en vanlig myt, nämligen den att vara medlem i Lions innebär att man måste vara pensionerad eller ha mycket tid.
2. **Skapa medvetenhet om varumärket:** MD 31 hade som mål att sprida information om Lions International i delstaten North Carolina. Medlemmarna ville nå ut till alla, med lade tonvikt på att tilltala arbetarklassen.
3. **Skapa en serie med videor och marknadsföra Lions digitalt:** Lions medlemmar i North Carolina ville skapa videor som var lätta att titta på samt visade tittarna vilka Lions är och vad de gör. Marknadsföringskampanjen utformades för att fungera som reklam på tv, i strömningstjänster och i sociala medier, för att nå ut till så många potentiella medlemmar som möjligt.



Milstolpar

1. Skapa dialog kring tidsåtaganden och hjälpinsatser

Lions medlemmar i North Carolina rapporterade att videokampanjen skapade ett stort intresse bland potentiella medlemmar. Många samtal fördes om hur lite eller hur mycket tid medlemmarna ägnar åt att hjälpa sina samhällen. Huvudbudskapet i dessa samtal var att man som medlem i Lions skapar en positiv påverkan i sitt liv och i lokala samhället samt att hjälpinsatser kan passa in i alla människors almanackor.

2. Öka medvetenheten om Lions International

MD 31 rapporterade nästan tre miljoner visningar av sin serie med videor. Dessa videor innehöll också en QR-kod som länkade tittarna till MD 31:s webbplats för mer information om Lions. Denna kampanj spred kännedom om Lions i North Carolina på ett framgångsrikt sätt och om det globala varumärket som helhet.

3. Förmedla ett budskap genom videor

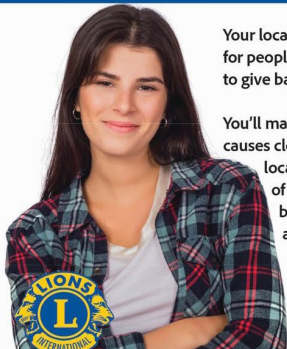
Lions medlemmar i North Carolina kunde skapa två starka marknadsföringsvideor som gav en korrekt bild av klubbarna och visade tittarna att de kan bli medlemmar i Lions, oavsett hur upptagna de är. Dessa videor var lättillgängliga via tv, strömningstjänster och på nätet.

Media

[Klicka för att titta Marknadsföringsvideo 1](#)

[Klicka för att titta Marknadsföringsvideo 2](#)

Your Life is Full, But So is Your Desire to Make a Difference



Your local NC Lions Club is designed for people like you, people who want to give back but need flexibility.

You'll make a lasting impact on causes close to your heart, because local Lions Clubs fit the needs of their community. Every bit of time you give creates a real impact.

Impower Your Community, Enpower Yourself.

Join us, find a club near you... nclions31.org/Go

Life is Busy, But That Doesn't Mean You Can't Give Back



Your local NC Lions Club is designed for people like you... Whether it's hands-on volunteering, leadership, or just helping when you can.

You'll be a part of a supportive network of people like you who share a passion for helping others.

Every moment you give matters. Be a part of something bigger, on your terms, at your own pace. Be a Lion.

Join us, find a club near you... nclions31.org/Go