



## Estudo de caso sobre Subsídio de Marketing

# AJ III | DM LC Brasil | Campanha Multimídia

(Subsídio de Marketing concedido em 2023-2024)

## Visão geral

O Distrito Múltiplo (DM) LC (Brasil) recebeu um Subsídio de Marketing de Lions International no valor de US\$ 15.000. Os fundos ajudaram o DM LC a pagar por uma campanha multimídia para aumentar a conscientização sobre os Lions clubes da região. A campanha consistiu no desenvolvimento de mídia impressa, como outdoors, vídeos informativos e clipes de áudio, apresentação e obtenção de notícias e patrocínio de publicações em mídias sociais para alcançar o maior número possível de Leões em potencial. Este foi um ano importante para os Leões do Brasil aumentarem os esforços de relações públicas, pois é onde reside o Presidente de Lions Internacional de 2024-2025, Fabrício Oliveira.

## Metas

1. **Aumentar a conscientização do público:** Os Leões do Brasil se propuseram a aumentar a conscientização sobre a marca Lions International, bem como sobre os esforços voluntários locais.
2. **Recrutar novos associados:** O DM LC queria abraçar a campanha global em andamento da *MISSÃO 1.5* de Lions International, empossando novos associados como resultado dos esforços ampliados de relações públicas.
3. **Fomentar o orgulho dos Leões existentes:** Além de atrair novos associados, o DM LC teve como objetivo conservar os Leões atuais, fazendo com que eles se sentissem parte de algo especial.



## Marcos importantes

### 1. Excedeu as metas de alcance

Os Leões do DM LC tiveram o orgulho de se destacar além do público-alvo para essa campanha multimídia. As postagens patrocinadas nas mídias sociais garantiram mais de 1,8 milhão de visualizações por mais de 560.000 usuários.

### 2. Cobertura jornalística garantida

Os Leões brasileiros foram apresentados em notícias positivas por meios de comunicação impressos, radiofônicos, televisivos e digitais, como resultado de apresentações à mídia e outras iniciativas de RP.

### 3. Fim da tendência negativa de afiliação líquida que já durava anos

O DM LC atribui a essa campanha multimídia de marketing o primeiro ano de aumento líquido positivo de associados. Muitos novos associados foram empossados, inclusive vários ex-Leões que decidiram retornar à organização.

## Mídia



▶ [Vídeo 1](#)

▶ [Vídeo 2](#)