

Plano Estratégico de Lions International



Pontos de discussão

O poder de uma estratégia global

- ❖ **Ter uma estratégia global nos ajuda a definir nossa visão e a desenvolver um plano para alcançá-la.** É por isso que lançamos o LCI Adiante em 2015. LCI Adiante, foi nosso plano estratégico de 5 anos, designado para posicionar os Leões rumo ao sucesso em nosso segundo século de prestação de serviços.
- ❖ **Realizamos grandes feitos com LCI Adiante.** Criamos a Equipe Global de Ação, apresentamos nossas 5 causas globais, lançamos uma nova tecnologia como MyLion® e um novo website internacional, lançamos a campanha mais ambiciosa de LCIF, a *Campanha 100: LCIF Impulsionando o ServiçoSM* e muito mais.
- ❖ **Os Leões, juntamente com a Fundação global, superaram a meta de LCI Adiante de servir mais de 200 milhões de pessoas por ano, servindo mais de 300 milhões nos últimos dois anos.**

Nossa visão

- ❖ **O Plano Estratégico de Lions International** continuará o importante trabalho que iniciamos com o LCI Adiante e nos guiará nos próximos anos.
- ❖ **Nosso plano estratégico nos une em nossa missão global de serviço.** Isso inclui todos os Leões e todos os clubes. Isso inclui Lions Clubs International e Fundação de Lions Clubs International (LCIF), somos um. Quando potencializamos a bondade coletiva de nossos Leões e os programas e subsídios de LCIF, podemos realizar nossa visão e fazer o bem mais do que nunca.
- ❖ **A nossa visão é ser o líder global** em serviço humanitário.

Nossa estratégia

Daremos continuidade ao sucesso de LCI Adiante, focando em três áreas principais.

❖ **Área de enfoque # 1: Fortalecer a Associação e a Fundação**

Precisamos manter os clubes fortes e os Leões prontos para servir.

- Unificaremos Lions Clubs International e LCIF sob uma única marca e alinharemos nossas causas para mostrar ao mundo que estamos unidos em nossa missão de serviço.
- Forneceremos maior apoio aos novos clubes e criaremos um programa de adesão para ajudar a reestruturar os clubes com queda de associados.
- Nos concentraremos em novas maneiras de atrair associados e aumentar as doações e engajamento com LCIF.



❖ **Área de enfoque # 2: Desenvolver novos modelos de crescimento**

A necessidade de serviço está crescendo em todo o mundo, então precisaremos continuar crescendo também.

- Aumentaremos nosso compromisso de responsabilidade social corporativa (CSR) para aumentar nossas parcerias corporativas, a visibilidade da marca e o impacto do nosso serviço.
- Exploraremos novos modelos de engajamento de serviço para voluntários “ocasionais” que podem nos ajudar a alcançar ainda mais.

❖ **Área de enfoque # 3: Alinhar metas, governança e suporte organizacional**

Para atingir nossas metas, precisaremos estar alinhados em todos os níveis do Lions.

- Faremos uma reunião virtual conjunta da diretoria de LCI e curadores de LCIF para ajudar a alinhar nossa associação e a Fundação, e apoiar melhor nossa missão e metas.
- Atualizaremos as funções de nossos diretores internacionais e curadores de LCIF para garantir que eles possam servir aos Leões em todo o mundo.

Nossa nova marca, slogan e missão

- ❖ **Fizemos progresso em nossa marca global** uma vez que esta é uma parte tão importante do nosso plano.
- ❖ **Apresentaremos “Lions International” como nossa marca unificada** para a nossa associação e nossa Fundação. Quando dissermos “Lions International”, estaremos falando das duas organizações. Os nomes reais da associação e da Fundação não serão alterados. Planejamos lançar nossa nova marca para os Leões e o mundo em 2022-2023.
- ❖ **“A serviço de um mundo carente” é nosso novo slogan** que diz ao mundo quem somos e o que fazemos como Leões.
- ❖ **Nossa nova declaração de missão será:** Impulsionar os Lions clubes, voluntários e parceiros para melhorar a saúde e o bem-estar, fortalecer as comunidades e apoiar os necessitados por meio de serviços humanitários e subsídios que impactem vidas em todo o mundo e promover a paz e a compreensão internacional.

Planejamento das comunicações

- ❖ **As atualizações de progresso serão fornecidas em fóruns internacionais e reuniões de diretoria**, por meio da Equipe Global de Ação e em nosso website, mídia social e comunicações por e-mail.