



Subventions Marketing - Cas d'étude

RC VII | DM 201, Australie | Campagne vidéo Impact communautaire

(Subvention marketing octroyée en 2023-2024)

Aperçu

Le district multiple (DM) 201 en Australie a bénéficié d'une subvention Marketing du Lions International de 15 000 USD. Cette aide financière a permis au DM 201 de produire et de promouvoir deux vidéos marketing visant à sensibiliser le public à l'impact positif que les Lions d'Australie ont dans leur communauté locale. Cette campagne a mis en lumière les initiatives de la Fondation des Lions d'Australie, soulignant le rôle essentiel qu'elle joue dans la création de changements positifs. Les thèmes principaux mettaient en avant certaines des fondations nationales soutenues par les Lions Clubs, et montraient comment ces efforts améliorent des vies et favorisent un développement communautaire durable.

Objectifs

1. **Poursuivre le développement d'une image publique positive** : Les Lions ont prévu de faire connaître l'impact positif de leurs actions dans les communautés à travers toute l'Australie.
2. **Produire et promouvoir des vidéos marketing** : Le DM 201 visait à lancer une série de vidéos de haute qualité sur les Lions Clubs locaux et la Fondation des Lions d'Australie, et à sponsoriser leur diffusion sur les réseaux sociaux afin de toucher un public plus large.
3. **S'appuyer sur les relations existantes** : Les Lions d'Australie ont souhaité collaborer avec un prestataire de production vidéo avec lequel ils avaient déjà travaillé auparavant pour réaliser cette campagne. S'appuyer sur les relations existantes



Jalons

1. Sensibilisation de la population

Les Lions d'Australie ont réussi à accroître la notoriété de leurs Lions Clubs et de leurs projets locaux. Le groupe a signalé une croissance de l'effectif et du nombre de clubs, ainsi qu'un fort engagement et une augmentation du nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux où la campagne a été diffusée. Les Lions ont également généré sept articles de presse portant sur cette campagne.

2. Célébration de la diversité

Le DM 201 a souhaité mettre en valeur une diversité de Lions dans la campagne vidéo. Les personnes présentées représentaient différentes tranches d'âge et provenaient de divers horizons. Mais, peu importe d'où viennent les Lions : tous peuvent s'unir pour soutenir des causes nobles.

3. Croissance de l'effectif

Les Lions australiens attribuent à cette campagne l'adhésion de plus de 2 000 nouveaux membres de Lions Clubs. De nombreux bénévoles intéressés ont déclaré que les vidéos diffusées sur les réseaux sociaux les avaient inspirés à se renseigner sur les Lions Clubs de leur région.

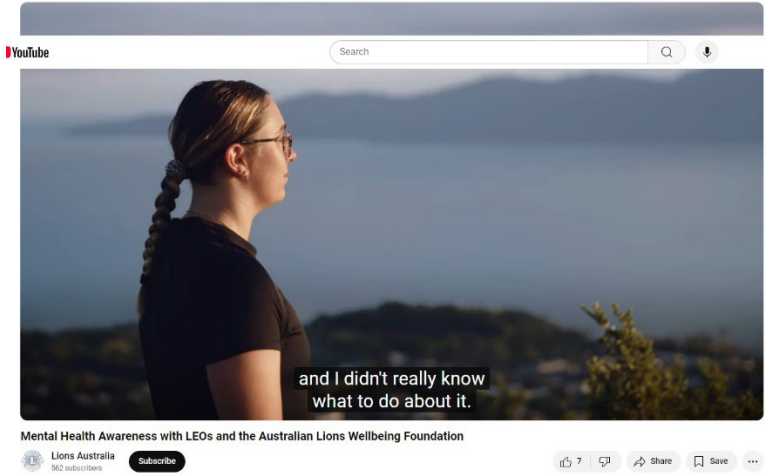
Médias



YOUTUBE.COM

Lion takes on the world's highest marathon for the Australian Lions Foundation

Send message



▶ Vidéo marketing 1

▶ Vidéo marketing 2