



Caso di studio di un contributo per il marketing

AC IV | SD 130, Bulgaria | Campagna di marketing su cartelloni pubblicitari artistici

(Contributo per il marketing assegnato nel 2024-2025)

Panoramica

Il distretto singolo (SD) 130 (Bulgaria) ha ricevuto un contributo per il marketing da Lions International dell'importo di 5.000 USD. I fondi hanno aiutato il distretto singolo 130 a progettare una serie di cartelloni pubblicitari unici in tutta la Repubblica di Bulgaria. L'obiettivo era diffondere la conoscenza di Lions International, reclutare nuovi soci e mettere in luce le partnership del marchio, in particolare quelle legate ai giovani e all'arte. Inoltre, la campagna aveva come tema centrale la promozione della cultura e del folclore bulgaro, per dimostrare ai potenziali Lions che i club di tutto il mondo sono unici nel loro genere e rispecchiano le tradizioni e i costumi locali.

Obiettivi

1. **Migliorare la consapevolezza del marchio e mettere in luce le attività del club:** i Lions si sono posti l'obiettivo di far conoscere a un pubblico più ampio l'esistenza e l'impatto dei club nel distretto singolo 130 e oltre.
2. **Realizzare cartelloni pubblicitari tradizionali e digitali:** il distretto singolo 130 mirava a realizzare una serie di cartelloni pubblicitari sui Lions club bulgari. L'obiettivo era proporre una combinazione di cartelloni pubblicitari tradizionali fissi e sfruttare opportunità pubblicitarie digitali e su dispositivi mobili.
3. **Attirare nuovi soci:** i Lions della Bulgaria miravano a suscitare interesse per il marchio, reclutare nuovi Lions e Leo e fondare nuovi club grazie alla campagna di marketing.



Traguardi

1. Maggiore visibilità e riconoscibilità

I Lions della Bulgaria sono riusciti a sensibilizzare l'opinione pubblica mettendo in luce i loro club e i progetti locali. L'iniziativa di marketing ha portato alla pubblicazione di 14 articoli giornalistici dedicati alla campagna.

2. Celebrazione del folclore bulgaro

Il distretto singolo 130 desiderava raccontare Lions International attraverso la lente della cultura bulgara. Il design dei cartelloni pubblicitari si è ispirato alla bandiera ufficiale del paese, coniugata con lo stile del marchio Lions International. I potenziali Lions sono stati attratti da queste pubblicità e i soci esistenti hanno dichiarato di essere orgogliosi di ciò che i cartelloni rappresentano. Inoltre, sono state progettate delle spille esclusive per consentire ai Lions di portare con sé questo messaggio, ovunque vadano. I Lions hanno organizzato anche una serie di attività di servizio, dedicate a danze folcloristiche e altri aspetti della tradizione, con l'obiettivo di raccogliere fondi per i giovani.

3. Crescita associativa

I Lions bulgari attribuiscono a questa campagna su cartelloni pubblicitari il merito di aver attirato 19 nuovi soci, portato alla creazione di due nuovi club e generato un forte coinvolgimento sui social media, con un aumento del numero dei follower.

Media

