



Caso di studio di un contributo per il marketing

AC VIII | MD 411, Uganda | Campagna marketing multimediale

(Contributo per il marketing assegnato nel 2024-2025)

Panoramica

Il Multidistretto (MD) 411 (Uganda) ha ricevuto un contributo per il marketing da Lions International dell'importo di 5.000 USD. I fondi hanno permesso al MD 411 di sviluppare strumenti di marketing, sia fisici sia digitali, per promuovere la consapevolezza del marchio Lions International. Questa campagna è stata ideata per attirare un gruppo più diversificato di potenziali Lions ugandesi, tra cui donne e giovani. Il progetto includeva anche una dimensione di service: i Lions hanno promosso i loro club abbellendo i cartelli di ingresso alle città della regione.

Obiettivi

1. **Avvicinare nuovi soci e ampliare la diversità associativa:** oltre a coinvolgere un maggior numero di volontari in età pensionabile, i Lions in Uganda desideravano suscitare l'interesse dei giovani e incoraggiare più donne a entrare a far parte dei Lions. Inoltre, il gruppo si proponeva di omologare nuovi club per contribuire agli sforzi della **MISSION 1.5**.
2. **Promuovere i club con strumenti multimediali:** il MD 411 si è posto l'obiettivo di sviluppare un mix di materiali stampati tradizionali ed elementi digitali nella pianificazione della sua campagna di marketing.
3. **Rafforzare la riconoscibilità di Lions International:** i Lions in Uganda desideravano promuovere la consapevolezza del marchio Lions International condividendo informazioni, affiggendo l'emblema Lions in tutta la regione e abbellendo i cartelli stradali all'ingresso delle città con il nostro marchio e un tocco di stile Lions.



Traguardi

1. Crescita associativa

Grazie a questa campagna di marketing, i Lions dell'Uganda hanno reclutato con successo più di 600 nuovi soci e omologato quasi una dozzina di nuovi club.

2. Creare risorse di marketing fisiche e digitali

Il MD 411 mirava a raggiungere il maggior numero possibile di potenziali Lions esplorando numerose soluzioni di marketing. Il gruppo ha optato per materiali stampati tradizionali come magliette, volantini, targhe da giardino e cartelli stradali di benvenuto all'ingresso delle città, oltre a elementi digitali come pubblicità sui social media e un rebranding del sito web del MD 411.

3. Migliorare la consapevolezza del marchio

I Lions ugandesi hanno segnalato un aumento dell'interesse da parte della comunità, desiderosa di saperne di più sui Lions e il loro operato nella zona. La campagna di marketing ha suscitato anche l'interesse dei media locali, ottenendo 15 articoli dedicati al MD 411.

Media

