



Estudo de caso sobre Subsídio de Marketing

AJ I | DM 31, Carolina do Norte | Campanha de Vídeos de Marketing "Leões Trabalhando"

(Subsídio de Marketing concedido em 2024-2025)

Visão geral

O Distrito Múltiplo (DM) 31 (Carolina do Norte) recebeu um Subsídio de Marketing de Lions International no valor de US\$ 15.000. Os recursos permitiram ao DM 31 lançar uma campanha de conscientização da marca Lions International e recrutamento especificamente direcionada às pessoas da classe trabalhadora na região. Potenciais Leões nos Estados Unidos relatam que uma das principais razões pelas quais não ingressam em clubes é porque não acreditam que tenham tempo suficiente. Os Leões da Carolina do Norte desenvolveram uma campanha de vídeos de marketing que mostrava a flexibilidade e conveniência dos Leões como um todo.

Metas

1. **Mostrar aos associados em potencial que sempre há tempo para servir:** Os Leões na Carolina do Norte se propuseram a desfazer o mito comum de que ser Leão significa que você deve estar aposentado ou ter muito tempo livre disponível.
2. **Criar consciência da marca:** O DM 31 teve como objetivo divulgar Lions International por todo o estado da Carolina do Norte. O grupo queria alcançar todos, com ênfase em atrair pessoas da classe trabalhadora.
3. **Desenvolver uma série de vídeos e promover digitalmente o Lions:** Os Leões da Carolina do Norte queriam criar vídeos fáceis de assistir mostrando aos espectadores quem são os Leões e o que fazem. A campanha de marketing foi projetada para servir como um anúncio na televisão aberta, serviços de streaming e nas redes sociais, a fim de alcançar o maior número possível de futuros Leões.



Marcos importantes

1. Criar diálogo em torno de compromissos de tempo e serviço

Os Leões da Carolina do Norte relataram que a campanha de vídeos gerou muito interesse de potenciais Leões. Muitas conversas foram realizadas sobre quanto tempo, seja pouco ou muito, os Leões dedicam ao serviço às suas comunidades. A mensagem principal dessas conversas foi que ser Leão causa um impacto positivo na vida do voluntário e em sua comunidade e que o serviço pode se adequar a qualquer agenda.

2. Aumentar a conscientização geral sobre Lions International

O DM 31 relatou quase três milhões de impressões em sua série de vídeos promocionais. Os vídeos também incluíram um código QR direcionando os espectadores ao site do DM 31 para mais informações sobre os Leões. Esta campanha espalhou com sucesso a conscientização sobre os Leões da Carolina do Norte e a marca global como um todo.

3. Transmitir uma mensagem por meio de vídeos

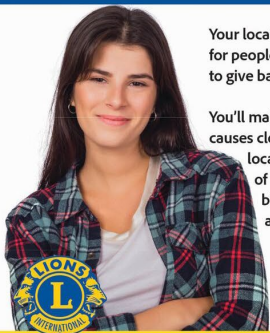
Os Leões da Carolina do Norte conseguiram desenvolver dois vídeos promocionais sólidos que retratam com precisão uma imagem dos clubes e mostram ao espectador que ele pode ser Leão, independentemente de quão ocupada seja sua vida. Os vídeos eram de fácil acesso por meio de transmissão, streaming e on-line.

Mídia

[Clique para visualizar o vídeo de marketing 1](#)

[Clique para visualizar o vídeo de marketing 2](#)

Your Life is Full, But So is Your Desire to Make a Difference



Your local NC Lions Club is designed for people like you, people who want to give back but need flexibility.

You'll make a lasting impact on causes close to your heart, because local Lions Clubs fit the needs of their community. Every bit of time you give creates a real impact.

Empower Your Community, Empower Yourself.

Join us, find a club near you... nclions31.org/Go

Life is Busy, But That Doesn't Mean You Can't Give Back



Your local NC Lions Club is designed for people like you... Whether it's hands-on volunteering, leadership, or just helping when you can.

You'll be a part of a supportive network of people like you who share a passion for helping others.

Every moment you give matters. Be a part of something bigger, on your terms, at your own pace. Be a Lion.

Join us, find a club near you... nclions31.org/Go