



Caso di studio di un contributo per il marketing

AC III | MD LC Brasile | Campagna multimediale

(Contributo per il marketing assegnato nel 2023-2024)

Panoramica

Il Multidistretto (MD) LC (Brasile) ha ricevuto un contributo per il marketing di Lions International di 15.000 USD. I fondi hanno aiutato il MD LC a pagare una campagna multimediale per sensibilizzare i Lions club della regione. La campagna consisteva nello sviluppo di supporti cartacei come cartelloni pubblicitari, video e audio clip informativi, presentazione e presenza nelle notizie di attualità, e sponsorizzazione di post sui social media per raggiungere il maggior numero possibile di Lions potenziali. Questo è stato un anno importante per i Lions del Brasile per aumentare le attività di pubbliche relazioni, poiché è qui che risiede il Presidente di Lions International 2024-2025 Fabrício Oliveira.

Obiettivi

1. **Aumentare la consapevolezza pubblica:** i Lions del Brasile si sono impegnati a sensibilizzare l'opinione pubblica sul marchio Lions International, così come nelle iniziative di volontariato locale.
2. **Reclutare nuovi soci:** il multidistretto LC ha voluto abbracciare la campagna globale in corso *MISSION 1.5* di Lions International con l'inserimento di nuovi soci come risultato dell'ampliamento delle sue attività nelle pubbliche relazioni.
3. **Instillare orgoglio nei Lions esistenti:** oltre ad attirare nuovi soci, il MD LC ha mirato a mantenere i Lions attuali facendoli sentire parte di qualcosa di speciale.

Traguardi

1. Ha superato gli obiettivi di sensibilizzazione



I Lions di MD LC sono stati orgogliosi di accedere a un pubblico che è stato ben oltre quello previsto per questa campagna multimediale. I post sponsorizzati sui social media hanno ottenuto oltre 1,8 milioni di visualizzazioni con oltre 560.000 utenti.

2. Ha garantito la copertura giornalistica

I Lions brasiliani sono stati presentati positivamente su canali come la carta stampata, la radio, la televisione e i media digitali, e ciò è stato il risultato di presentazioni sui media e di altre iniziative di PR.

3. Ha interrotto la tendenza associativa netta negativa che durava da anni

Il MD LC attribuisce a questa campagna di marketing multimediale il suo primo anno di crescita associativa netta positiva. Molti nuovi soci sono stati inseriti, tra cui diversi ex Lions che hanno scelto di tornare nell'organizzazione.



Servizi di informazione



▶ [Video 1](#)

▶ [Video 2](#)