



Esimerkki Markkinointiapurahasta

VP I | MD 31, North Carolina | “Työssäkäyvät lionit”. Markkinointikampanjan video

(Markkinointiapuraha myönnettiin vuonna 2024–2025)

Yleiskatsaus

Moninkertaispiiri (MD) 31 (North Carolina) sai Lions Internationalin Markkinointiapurahana 15 000 dollaria. Varojen avulla MD 31 pystyi käynnistämään Lions Internationalin bränditietoisuus- ja rekrytointikampanjan, joka kiinnosti erityisesti alueen työssä käyviä asukkaita. Potentiaaliset lionit Yhdysvalloissa ilmoittavat, että yksi tärkeimmistä syistä olla liittymättä klubiin on se, että he eivät usko, että heillä on tarpeeksi aikaa. North-Carolinan lionit kehittivät videomarkkinointikampanjan, joka osoittaa jäsenyyden joustavuuden ja helppouden.

Tavoitteet

1. **Näyttää mahdollisille jäsenille, että heillä on aina aikaa palvella:** North Carolinan lionit pyrkivät hälventämään yleistä käsitystä siitä, että lionina oleminen tarkoittaa, että on oltava eläkkeellä tai että on paljon ylimääräistä aikaa.
2. **Luoda bränditietoisuutta:** MD 31 pyrki levittämään sanaa Lions Internationalista ympäri North Carolinan osavaltiota. Ryhmä halusi tavoittaa kaikki, painottaen keskittymistä nimenomaan työssä käyviin ihmisiin.
3. **Kehittää videosarja ja mainostaa lioneita digitaalisesti:** North Carolinan lionit halusivat luoda helposti katsottavia videoita, jotka näyttäivät katsojille, mitä lionit ovat ja mitä he tekevät. Markkinointikampanja suunniteltiin toimimaan mainoksena televisiolähetetyksissä, suoratoistopalveluissa ja sosiaalisessa mediassa, jotta mahdollisimman moni mahdollinen lion tavoitetaan.



Virstanpylväät

1. Vuoropuhelun luominen tarvittavan ajan ja palvelun ympärille

North Carolinan lionit raportoivat videokampanjan herättäneen paljon kiinnostusta potentiaalisten lionien keskuudessa. Monissa keskusteluissa kerrottiin, kuinka vähän tai kuinka paljon aikaa lionit käyttävät paikkakuntiansa palvelemiseen. Keskustelujen tärkein viesti oli, että lionina oleminen vaikuttaa positiivisesti vapaaehtoistyötä tekevän henkilön elämään ja yhteisöön, ja tämä palvelu voi sopia mihin tahansa aikatauluun.

2. Tietoisuuden lisääminen Lions Internationalista

MD 31 raportoi lähes kolme miljoonaa näyttökertaa mainosvideosarjoissaan. Videot sisälsivät myös QR-koodin, joka linkitti katsojat MD 31 -verkkosivustolle lisätietojen saamiseksi lioneista. Tämä kampanja levitti onnistuneesti tietoisuutta North Carolinan lioneista ja maailmanlaajuisesta brändistä.

3. Viestin välittäminen videon kautta

North Carolinan lionit pystyivät luomaan kaksi vahvaa mainosvideota, jotka kuvaavat tarkasti klubeja ja näyttävät katsojille, että he voivat olla lioneita riippumatta siitä, kuinka kiireinen heidän elämänsä on. Videot olivat helposti saatavilla digitaalisessa muodossa.

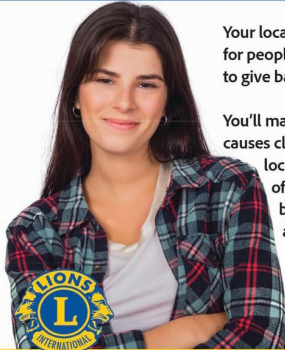
Media

[Katso Markkinointivideo 1](#)

[Katso Markkinointivideo 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