



マーケティング補助金ケーススタディ

会則地域 8 | 411 複合地区、ウガンダ | マルチメディア・マーケティング・キャンペーン

(マーケティング補助金を 2024～2025 年度に受給)

概要

411 複合地区 (ウガンダ) は 5,000 ドルのライオンズ・インターナショナル・マーケティング補助金を受けました。資金により 411 複合地区は、ライオンズ・インターナショナルの認知度向上のため、印刷およびデジタルマーケティング・ツールの両方を開発することができました。このキャンペーンは、女性や若者を含む、より多様なウガンダのライオンズ候補者を引きつけるために設計されました。このプロジェクトには奉仕の側面もあり、ライオンズは地域周辺の市の入口標識を美化することで自分たちのクラブを宣伝しました。

目標

1. 多様な新会員の関心を高める：ウガンダのライオンズは、退職年齢のボランティアをより多く迎え入れることに加えて、若者からの関心を高め、より多くの女性をライオンズに勧誘することも望んでいました。このグループはまた、グローバルなミッション 1.5 の取り組みを支援するため、新クラブの結成にも着手しました。
2. マルチメディアツールを使用してクラブを宣伝する：411 複合地区は、マーケティングキャンペーンを計画する際に、従来の印刷物とデジタル要素を組み合わせることを目指しました。
3. ライオンズ・インターナショナルの全体的な認知度を向上させる：ウガンダのライオンズは、情報を共有し、地域にライオンズ紋章を掲示し、ライオンズブランドの装飾で市の入口標識を美化することで、ライオンズ・インターナショナルのブランド認知度を高めたいと考えました。

マイルストーン



1. 会員の増加

ウガンダのライオンズは、マーケティングキャンペーンの結果、600名以上の新会員の勧誘に成功し、約12の新クラブを結成しました。

2. 印刷およびデジタルマーケティング資産の作成

411複合地区は、数多くのマーケティング手法を探求することで、可能な限り多くのライオンズ会員候補にリーチすることを目指しました。Tシャツ、チラシ、屋外看板、大型の市の歓迎看板などの従来の印刷物のほか、ソーシャルメディア広告や411複合地区のウェブサイトのブランド刷新などのデジタル要素を作成することを決定しました。

3. ブランド認知度の向上

ウガンダのライオンズは、ライオンズとは何者で、地域で何をしているのかについて、地域社会からの関心が高まっていると報告しました。マーケティングキャンペーンは地元メディアからの関心も集め、411複合地区に関するニュース記事が15本取り上げられました。

メディア



