

LIONS INTERNATIONAL MARKETING AWARD

Congratulazioni a tutti i vincitori del Premio di Lions International per il Marketing 2025-2026 e grazie a tutti i club che hanno presentato le loro campagne di marketing per essere prese in considerazione.

AC 1

Stati Uniti

Leo-Lions Club Stockton Healthy Distretto 4 A1

Questo club si è concentrato sull'ottimizzazione della propria presenza sui social media con contenuti generati dall'intelligenza artificiale ad alta energia per invogliare nuovi soci a entrare a far parte del club. I soci del club si sono dedicati a promuovere ogni loro singolo evento alla comunità.

Obiettivi

- 5 nuovi soci
- Aumento dei SM del 15%

Risultati

- 5 nuovi soci, 10 potenziali
- 450 visualizzazioni su Instagram
- 40 progetti di Service, 540 ore di servizio



Post sui social per il reclutamento



Post sui social dedicati all'evento



Volantini sull'evento



Stand durante l'evento



Lions Clubs International

AC 2

Canada Lions Club Toronto Nigerian Distretto A711

Questo club ha organizzato una cerimonia di investitura per installare il nuovo presidente del club e promuovere la consapevolezza nella loro comunità. Ha anche sfruttato questa opportunità per raccogliere fondi considerevoli per i loro futuri progetti di Service.

Obiettivi

- Immettere 20 nuovi soci
- Raccogliere 10.000 dollari per finanziare progetti di Service

Risultati

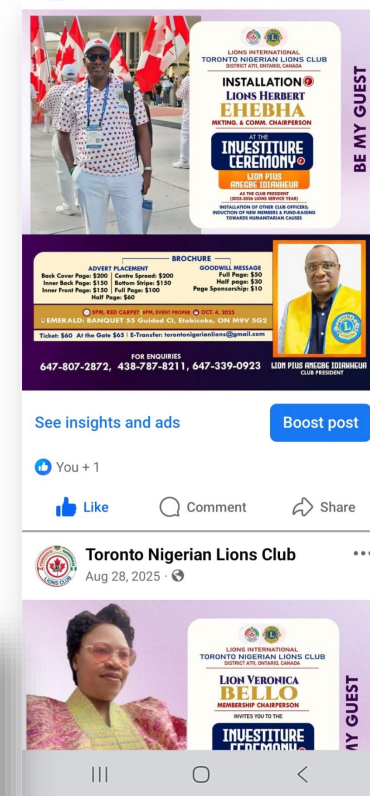
- 12 nuovi soci, 9 potenziali
- Oltre 200 persone all'evento
- Oltre 13.000 dollari raccolti durante l'evento



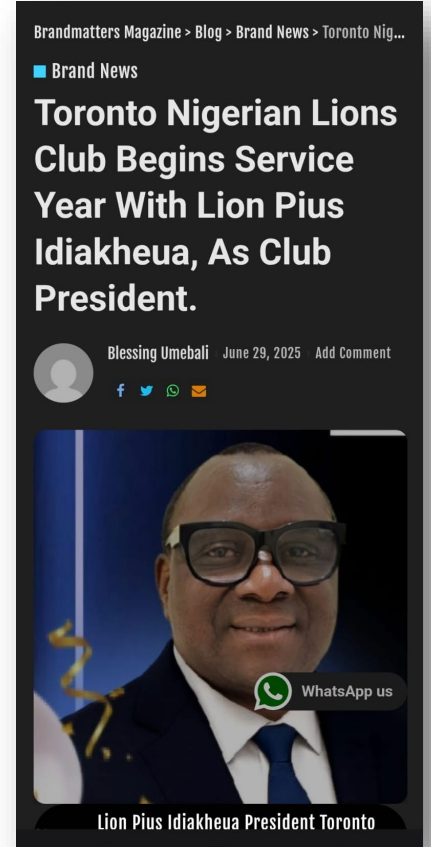
Post di invito sui social



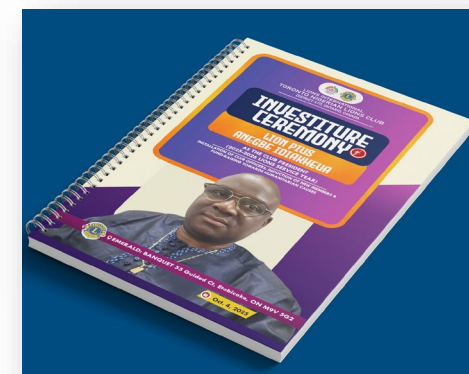
Volantino di invito



Invito su WhatsApp



Copertura mediatica



Brochure



AC 3

Panama

Club de Leones Panamá Virtual en Valores Distretto D1

La campagna di questo club ha promosso i valori fondamentali dei Lions attraverso la pubblicità all'aperto e una forte presenza del marchio sui social media. Di conseguenza, nuovi soci sono stati immessi nel club e i donatori della comunità del settore privato hanno contribuito alla crescita e alla sostenibilità del club.

Obiettivi

- Incrementare il numero dei soci
- Rafforzare la visibilità nella comunità

Risultati

- 6 nuovi soci, 7 potenziali
- 13.000 visualizzazioni dei video e dei post su Instagram



8 video con testimonial



AGUADULCE

CHITRÉ

Cartelloni



Lions Clubs International

AC 4

Francia
**Lions Club Challans
Sable et Marais
Distretto 103 CW**

Un evento di beneficenza che riunisce gli appassionati di auto e motociclette d'epoca per sostenere la formazione delle persone con disabilità e aumentare l'interesse per l'affiliazione.

Obiettivi

- Dare impulso alla visibilità nella comunità per aumentare l'affiliazione

Risultati

- 6 nuovi soci, 11 potenziali
- Oltre 15.000 visualizzazioni su Facebook
- Oltre 7.000 visitatori all'evento



Lions Clubs International

Post sui social



Volantino



Copertura giornalistica



Comunicato stampa



Annuncio alla radio



L'obiettivo di questo club era quello di contribuire alla "Mission 1.5" formando un nuovo Lions club composto da soci attivi in una varietà di campi e costruire una comunità locale dove le persone possono vivere in sicurezza con gli animali domestici.

Obiettivi

- Formazione di nuovi club con una gamma più ampia di profili dei soci che possono differire dai tradizionali target di soci

Risultati

- 21 nuovi soci, 100 potenziali



Post sui social media



Video per il reclutamento

Copertura mediatica

Copertura mediatica



Cartellone per l'evento

AC 6

India
**Leo Club
 Chandigarh Fortune
 Distretto 321F**

Il progetto di questo club è stato pensato per garantire una presenza offline coerente portando il Service direttamente nelle aree residenziali e accademiche di tutta la città. Oltre alle attività sul campo, i soci di questo club hanno promosso strategicamente ogni attività online attraverso aggiornamenti in tempo reale, narrazione digitale, reel e post, garantendo un forte coinvolgimento digitale.

Obiettivi

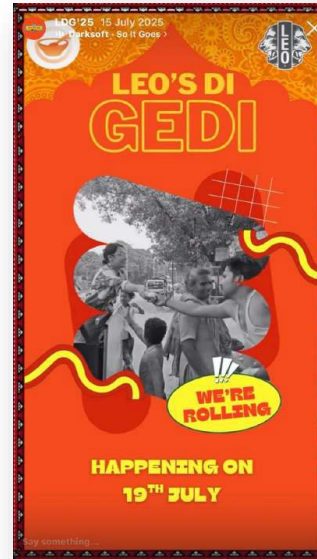
- Ispirare nuove persone a diventare soci
- Rafforzare la portata della comunità offline

Risultati

- 61 nuovi soci, 100 potenziali



Lions Clubs International



Social media



Volantino per il reclutamento



Brochure per il reclutamento



Cartelloni



Raggio d'azione dello stand



Video



Social media



AC 7

Australia Lions Club Ipswich Distretto 201 Q3

Questo club ha offerto un aggiornamento completo del marchio per rafforzare la propria immagine, aumentare la consapevolezza della comunità e attirare nuovi soci. Questo includeva un nuovo nome del dominio e un nuovo sito web, un'immagine aggiornata sui social media e una rivisitazione dei materiali promozionali. Modernizzando il loro approccio, hanno aumentato il loro impatto.

Obiettivi

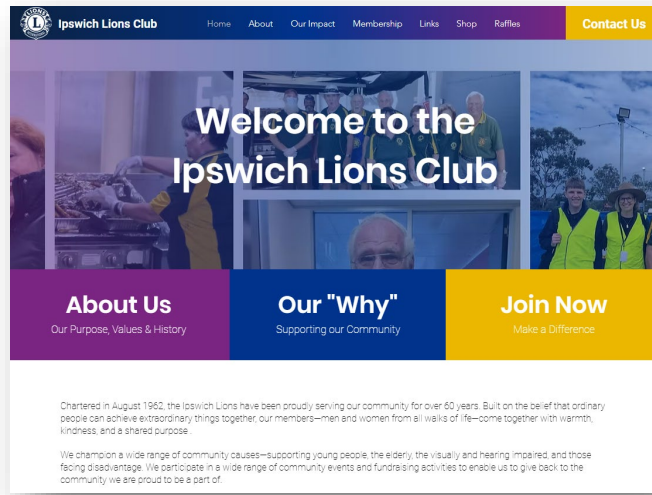
- Rinnovo del marchio per attirare nuovi soci
- Aumentare la consapevolezza della comunità

Risultati

- 2 nuovi soci, 5 potenziali
- Aumento del 474% delle visualizzazioni su Facebook
- 254 visite al sito web durante la campagna



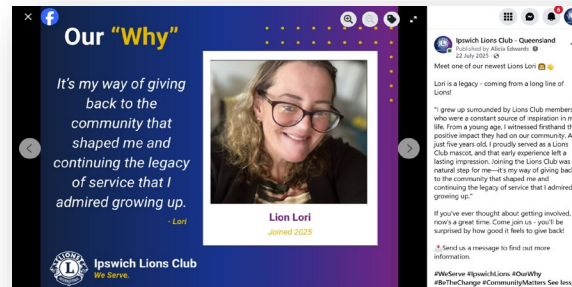
Lions Clubs International



Sito web aggiornato



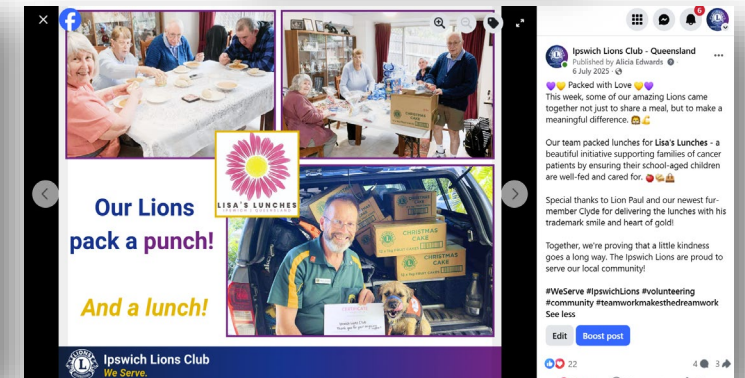
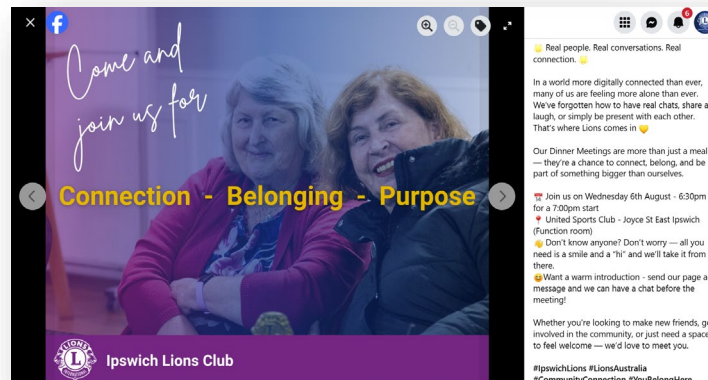
Brochure per il reclutamento



Post sui social media



Volantino sull'evento



AC 8

Ghana Lions Club Tema Greenwich Distretto 418

Questo club ha implementato una campagna a tre fasi pensata per generare interesse e convertire l'impegno in affiliazione. I soci del club hanno evidenziato le attività di Service attraverso storie interessanti supportate da foto e video, e hanno incoraggiato i soci a indossare abbigliamento e articoli con marchio Lions in luoghi pubblici per promuovere la visibilità del marchio.

Obiettivi

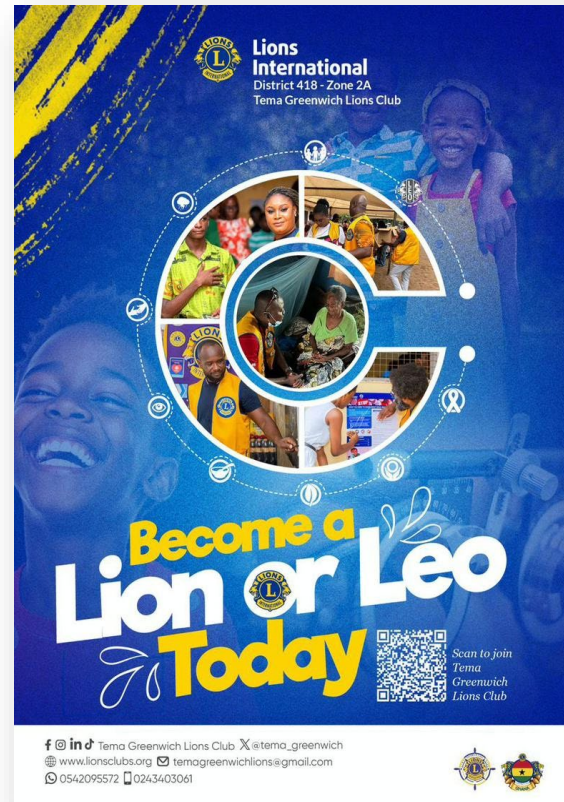
- Immettere 8-10 nuovi soci
- 100 nuovi follower su Facebook

Risultati

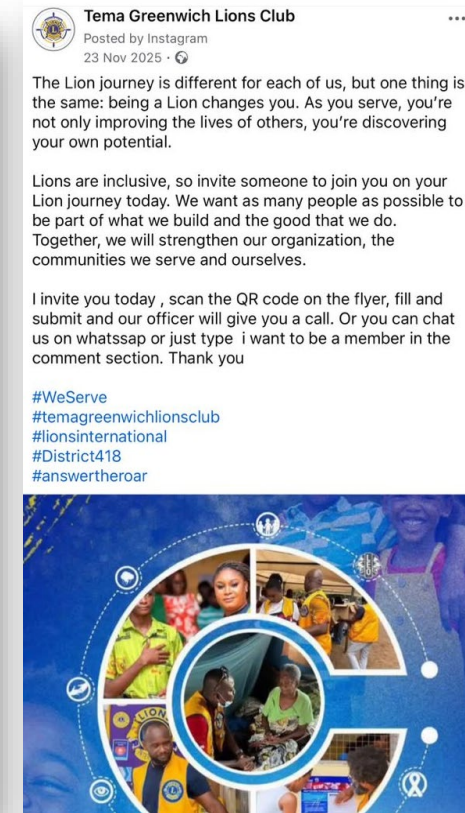
- 4 nuovi soci, 26 potenziali
- Quasi 600.000 impressioni su Facebook
- 9.687 impressioni su FB sulla campagna associativa



Lions Clubs International



Volantino per il reclutamento



Post sui social media per il reclutamento



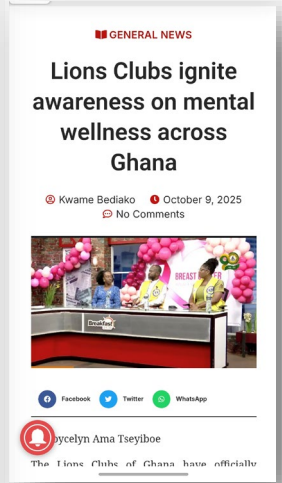
Copertura televisiva



Copertura radiofonica



Copertura giornalistica



Copertura online