



## Esimerkki Markkinointiapurahasta

# VP VIII | MD 411, Uganda | Multimedian markkinointikampanja

(Markkinointiapuraha myönnettiin vuonna 2024–2025)

## Yleiskatsaus

Moninkertaispiiri (MD) 411 (Uganda) sai Lions Internationalin Markkinointiapurahana 5 000 dollaria. Varojen avulla MD 411 pystyi kehittämään sekä fyysisiä että digitaalisia markkinointimateriaaleja lisätäkseen tietoisuutta Lions Internationalista. Tämä kampanja suunniteltiin houkuttelemaan monipuolisempi joukko potentiaalisia ugandalaisia lioneita, mukaan lukien naisia ja nuoria. Projektilla oli myös palveluun liittyvä näkökulma, kun lionit markkinoivat klubejaan kaunistamalla kaupungin sisääntulokylttejä alueella.

## Tavoitteet

1. **Saada mukaan uusia ja erilaisia jäseniä:** Sen lisäksi, että Ugandan lionit toivat lisää eläkeikäisiä vapaaehtoisia, he halusivat herättää kiinnostusta nuorten keskuudessa sekä rekrytoida lisää naisia liittymään lioneihin. Ryhmä ryhtyi myös perustamaan uusia klubeja auttamaan maailmanlaajuisissa **MISSION 1.5** pyrkimyksissä.
2. **Mainostaa klubeja multimediamateriaalien avulla:** MD 411:n tavoitteena oli kehittää yhdistelmä perinteisiä painettuja materiaaleja sekä digitaalisia elementtejä markkinointikampanjan suunnittelussa.
3. **Lisätä yleistä tietoisuutta Lions Internationalista:** Ugandan lionit halusivat lisätä Lions Internationalin bränditietoisuutta jakamalla tietoa, lisäämällä Lions-tunnuksen eri puolille aluetta ja kaunistamalla kaupungin sisääntulokylttejä Lions-brändillä.

## Virstanpylväät

### 1. Jäsenmäärän kasvattaminen

Ugandan lionit onnistuivat rekrytoimaan yli 600 uutta jäsentä ja perustamaan lähes 12 uutta klubia markkinointikampanjansa tuloksena.



## 2. Fyysisten ja digitaalisten markkinointiresurssien luominen

MD 411:n tavoitteena oli tavoittaa mahdollisimman monta potentiaalista lionia tutkimalla useita markkinointikanavia. Ryhmä päätyi perinteisiin painettuihin materiaaleihin, kuten t-paitoihin, esitteisiin, pihakyltteihin ja suurempien kaupunkien sisään tulokyltteihin, sekä digitaalisiin elementteihin, kuten sosiaalisen median mainoksiin ja MD 411 - verkkosivuston uudelleenmuokkaamiseen.

## 3. Bränditietoisuuden lisääminen

Ugandan lionit ilmoittivat yhteisön mielenkiinnon heräämisestä liittyen siihen, keitä lionit ovat ja mitä he tekevät alueella. Markkinointikampanja herätti kiinnostusta myös paikallisessa mediassa, keräten 15 uutistarinaa MD 411:stä.

## Media

