



Estudio de Caso de una Subvención de Mercadotecnia

AE IV | SD 130, Bulgaria | Campaña de Mercadotecnia con Vallas Publicitarias Artísticas

(Subvención de Mercadotecnia concedida en 2024-2025)

Generalidades

Al distrito único (DU) 130 (Bulgaria) se le otorgó una Subvención de Mercadotecnia de Lions International por US\$5,000. Los fondos ayudaron al SD 130 a diseñar una serie de vallas publicitarias únicas en toda la República de Bulgaria con el objetivo de difundir el conocimiento sobre Lions International, reclutar nuevos socios y mostrar las alianzas de marca, especialmente aquellas relacionadas con la juventud y el arte. Esta campaña también tuvo un tema central de promover la cultura y el folclore búlgaro, mostrando a los posibles Leones que los clubes alrededor del mundo son únicos a su área local y costumbres.

Objetivos

1. **Aumentar el reconocimiento de marca y mostrar las actividades del club:** Los Leones se propusieron informar a una audiencia más amplia sobre la existencia e impacto de los clubes en el SD 130 y más allá.
2. **Produzca vallas publicitarias tradicionales y móviles:** SD 130 tenía como objetivo lanzar una serie de vallas publicitarias sobre los clubes de Leones búlgaros. Querían buscar una combinación de vallas publicitarias estacionarias tradicionales, así como oportunidades de publicidad digital y móvil.
3. **Atraer nuevos socios:** Los Leones de Bulgaria querían generar interés en la marca, reclutar nuevos Leones y Leos, y constituir nuevos clubes como resultado de la campaña de mercadotecnia.

Hitos



1. Mayor Conciencia

Los Leones de Bulgaria lograron con éxito crear conciencia sobre sus clubes locales y proyectos. El esfuerzo de mercadotecnia también generó 14 artículos periodísticos que cubrieron la campaña.

2. Celebrando el Folclore Búlgaro

SD 130 tuvo como objetivo mostrar a Lions International a través de la perspectiva de la cultura búlgara. Los diseños de las vallas publicitarias se inspiraron en la bandera oficial del país mezclada con el estilo distintivo de la marca de Lions International. Los Leones potenciales se sintieron atraídos por estos anuncios y los socios actuales reportaron sentirse orgullosos de lo que representan las vallas publicitarias. También se diseñaron pines exclusivos para empoderar a los Leones a llevar el mensaje con ellos dondequiera que vayan. Los Leones también organizaron una serie de actividades de servicio como danzas folclóricas y otras tradiciones que recaudaron fondos para los jóvenes.

3. Aumento de socios

Los Leones búlgaros atribuyen a la campaña de vallas publicitarias la atracción de 19 nuevos socios de club y la constitución de dos nuevos clubes, además de un fuerte compromiso y un aumento de seguidores en las redes sociales.

Medios



