



Estudio de Caso de una Subvención de Mercadotecnia

CA I | MD 31, Carolina del Norte | Campaña de Mercadotecnia en Video "Leones Trabajando"

(Subvención de Mercadotecnia concedida en 2024-2025)

Generalidades

El Distrito Múltiple (DM) 31 (Carolina del Norte) recibió una Subvención de Mercadotecnia de Lions International por US\$15,000. Los fondos permitieron al DM 31 lanzar una campaña de concientización de marca y reclutamiento de Lions International dirigida específicamente a personas de clase trabajadora en la región. Los Leones potenciales en los Estados Unidos reportan que una de las principales razones por las que no se unen a los clubes es porque no creen tener suficiente tiempo. Los Leones de Carolina del Norte desarrollaron una campaña de mercadotecnia en video que mostraría la flexibilidad y conveniencia de los Leones en su conjunto.

Objetivos

1. **Muestre a los posibles socios que siempre hay tiempo para servir:** Los Leones en Carolina del Norte se propusieron disipar el mito común de que ser un León significa que debes estar jubilado o tener mucho tiempo libre disponible.
2. **Crear conciencia de la marca:** MD 31 se propuso difundir información sobre Lions International por todo el estado de Carolina del Norte. El grupo quería llegar a todos, con énfasis en atraer a las personas de clase trabajadora.
3. **Desarrolle una serie de videos y promueva digitalmente a Leones:** Los Leones en Carolina del Norte querían crear videos fáciles de ver que mostraran a los espectadores quiénes son los Leones y qué hacen. La campaña de mercadotecnia fue diseñada para servir como publicidad en televisión abierta, servicios de transmisión y en redes sociales con el fin de llegar a tantos posibles Leones como fuera posible.



Hitos

1. Creando diálogo en torno a los compromisos de tiempo y el servicio

Los Leones de Carolina del Norte informaron que la campaña de video generó mucho interés de parte de potenciales Leones. Se mantuvieron muchas conversaciones sobre el poco o mucho tiempo que los Leones dedican a servir a sus comunidades. El mensaje principal de estas conversaciones fue que ser un León tiene un impacto positivo en la vida del voluntario y en su comunidad, y que el servicio puede adaptarse a cualquier horario.

2. Aumentando la conciencia sobre Lions International

MD 31 reportó casi tres millones de impresiones en su serie de vídeos promocionales. Los vídeos también incluyeron un código QR que dirigía a los espectadores al sitio web del DM 31 para obtener más información sobre los Leones. Esta campaña difundió exitosamente conciencia sobre los Leones de Carolina del Norte y la marca global en su conjunto.

3. Transmitir un mensaje a través de vídeo

Los Leones de Carolina del Norte pudieron desarrollar dos vídeos promocionales sólidos que pintan con precisión una imagen de los clubes y muestran al espectador que pueden ser un León sin importar qué tan ocupada esté su vida. Los vídeos fueron fácilmente accesibles a través de transmisión y en línea.

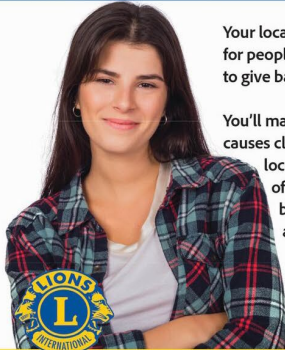
Medios

[Haga clic para ver Video de Mercadotecnia #1](#)

[Haga clic para ver Video de Mercadotecnia #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