



Fallstudie om marknadsföringsanslag

KO VIII | MD 411, Uganda | Multimedial marknadsföringskampanj

(Beviljat marknadsföringsanslag 2024-2025)

Översikt

Multipeldistrikt (MD) 411 (Uganda) beviljades ett marknadsföringsanslag från Lions International på USD 5 000. Medlen gjorde det möjligt för MD 411 att ta fram både fysiska och digitala marknadsföringsverktyg för att öka kännedomen om Lions International. Kampanjen utformades för att attrahera en mer mångsidig grupp av potentiella Lions i Uganda, inklusive kvinnor och unga personer. Projektet hade också en koppling till hjälpinsatser, där Lions marknadsförde sina klubbar genom att försköna stadens infartsskyltar i regionen.

Mål

1. **Attrahera nya medlemmar med större bredd:** Förutom att välkomna fler frivilligarbetare i pensionsåldern ville Lions i Uganda få fler kvinnor och unga personer att bli medlemmar. Gruppen ville också chartra nya klubbar för att bidra till de globala målen för *MISSION 1.5*.
2. **Marknadsföra klubbar med multimediala verktyg:** MD 411 ville ta fram en kombination av traditionellt tryckt material och digitala inslag i sin marknadsföringskampanj.
3. **Öka den allmänna kännedomen om Lions International:** Lions i Uganda ville öka kännedomen om Lions International genom att dela med sig av information, synliggöra Lions emblem i regionen och snygga till städernas infartsskyltar med Lions varumärke.



Viktiga framsteg

1. Ökat medlemsantal

Som följd av kampanjen rekryterade Lions i Uganda mer än 600 nya medlemmar och chartrade närmare ett dussin nya klubbar.

2. Fysiskt och digitalt marknadsföringsmaterial

MD 411 ville nå så många potentiella Lions som möjligt genom att pröva många olika marknadsföringskanaler. Gruppen valde både tryckt material – t-tröjor, flygblad, skyltar för tomter och större välkomstskyltar – och digitala inslag som annonser i sociala medier samt en omprofilering av MD 411:s webbplats.

3. Ökad kännedom om varumärket

Lions i Uganda rapporterade ett ökat intresse i samhället för vilka Lions är och vad de gör i området. Kampanjen väckte även intresse hos lokala medier och resulterade i 15 nyhetsinslag om MD 411.

Bildmaterial



