30 IDEE DI MARKETING

Il vostro club mantiene il segreto sui propri servizi?

Le pagine che seguono dimostrano che le belle notizie esistono. Qui troverete trenta idee di marketing, in categorie che vanno dal marketing per eventi al marketing diretto, ideate per coadiuvarvi nelle attività di invito di nuovi soci e di promozione del vostro club. Incoraggiamo il vostro club a scegliere ogni mese una categoria, a mettere in atto una delle attività elencate per quel mese e quindi a monitorare i risultati che otterrete in termini di crescita associativa. Siamo convinti che vi accorgerete che le vostre attività mensili saranno ricompensate da una crescita sia del numero dei soci sia della presa di coscienza della gente.

Spetta al vostro club aprirsi alla comunità. Spetta a voi comunicare il vostro orgoglio di appartenere ai Lions.

Marketing per eventi

1. **Sponsorizzazione di uno stand ad un evento speciale.** Pensate all'impatto che il vostro club potrebbe avere al prossimo evento sulla salute, festival o evento in loco nella vostra comunità! Partecipare ad un evento espositivo collega il vostro club a quell'evento, all'argomento dello stesso, alle persone che vi partecipano, ecc. Esporre fotografie dei progetti del club e fornire informazioni ai partecipanti su come diventare soci contribuisce a far conoscere il vostro club.

2. **Esporre in luoghi pubblici.** Desiderate che il vostro club sia visto regolarmente nello stesso posto? Scegliete un luogo in un centro commerciale o davanti ad un negozio molto frequentato: usate la fantasia per stabilire quale luogo pubblico sia meglio per il vostro club. Fornite informazioni sul vostro prossimo progetto ed invitate la gente a parteciparvi.

3. **Collocare un tavolo per le informazioni al vostro prossimo progetto.** Quando interviene ad un progetto di servizio, la gente può osservare personalmente di cosa vi occupate e, allo stesso tempo, può informarsi su come si diventa soci, leggere sui Lions e considerare di servire.

4. **Utilizzare le informazioni sui potenziali nuovi soci.** Avete raccolto informazioni grazie al marketing per eventi? Utilizzate i dati di coloro che hanno espresso interesse nel Lionismo. Organizzate una lotteria per le persone che si fermano al vostro stand o al vostro tavolo di informazioni. Aggiungete i loro nomi alla lista indirizzi aggiornata del club. Informate gli interessati dei modi per partecipare.

Pubblicità & annunci di servizio pubblico

5. **Mettere un annuncio nel giornale locale.** Chiamate l'ufficio che si occupa di pubblicità del giornale locale per mettere un annuncio che state cercando nuovi membri. Gli addetti alla pubblicità potranno dirvi quanto costa un annuncio, aiutarvi a collocarlo in una buona posizione e, se necessario, a progettare un annuncio specificamente per il vostro club.

6. **Annunci in pubblicazioni scolastiche e della comunità.** Spesso una scuola inserirà volentieri le informazioni sul vostro club nel proprio notiziario—specialmente se quella scuola collabora con voi nell'attuazione dei vostri progetti di servizio. Un tale annuncio pubblicitario creerà un collegamento diretto tra il sistema scolastico o la comunità e il vostro club.

7. **Collocazione di espositori da tavolo in punti vendita.** Chiedete ai proprietari di negozi locali se accettano di mettere delle brochure del vostro club in un espositore accanto alla cassa. Ricordate: mettendo delle informazioni in un negozio, il vostro club sarà poi associato a quel negozio e ai clienti dello stesso.

8. **Trasmissioni radiofoniche.** Invitate una stazione radio locale a trasmettere dal vostro prossimo evento o chiedete che la stazione trasmetta uno degli annunci di servizio pubblico (PSA) del Lions Clubs International che si possono ottenere dalla Divisione relazioni pubbliche e produzione. Per accedere online agli annunci radiofonici di servizio pubblico visitare il sito web del LCI (www.lionsclubs.org) e digitare "annunci radiofonici di servizio pubblico" nel campo di ricerca.

9. **Utilizzo di tabelloni pubblicitari da affiggere o mobili.** Anche i tabelloni per affissioni pubblicitarie e la pubblicità mobile servono per ricordare alla gente del vostro club. Per accedere online a questo tipo di pubblicità visitare il sito web del LCI (www.lionsclubs.org) e digitare "arte su tabelloni pubblicitari" nel campo di ricerca.

10. **Utilizzazione delle Pagine Gialle e di elenchi telefonici.** Inserite il numero telefonico del vostro club nelle Pagine Gialle e in altri elenchi di servizi, in modo da poterlo trovare facilmente. (Se non intendete utilizzare il numero telefonico personale di un socio, considerate di attivare una nuova linea telefonica collegata ad una segreteria telefonica).

11. **Annunci di servizio pubblico (PSA) in televisione.** Iniziate cercando di far trasmettere annunci di servizio pubblico dalla stazione televisiva locale. Contattate il direttore delle relazioni pubbliche o dei servizi alla comunità della stazione televisiva e chiedete se hanno spazio televisivo disponibile. Gli annunci di servizio pubblico si possono ottenere dalla Divisione relazioni pubbliche e produzione. Per accedere online agli annunci televisivi di servizio pubblico visitare il sito web del LCI (www.lionsclubs.org) e digitare "annunci televisivi di servizio pubblico" nel campo di ricerca.

12. **Utilizzo della rivista LION.** Ricevete una copia in più della rivista LION ogni mese? Non vi serve più la vostra copia personale? Considerate di donarla alla biblioteca locale o di metterla a disposizione di studi medici, dentistici, o di altri uffici.

13. **Creazione di una pagina web.** Promuovete il vostro club su internet. Sul vostro sito web inserite informazioni sui progetti, su come contattare il vostro club e specificate la procedura che i potenziali soci possono seguire per diventare Lion. Iniziate ora a creare il vostro sito web - visitate Lionnet (www.lionnet.com) per saperne di più.

14. **Inserimento di informazioni sul vostro club nei pacchetti "Benvenuti nella comunità" offerti dalle agenzie o camere di commercio locali.** Spesso, una volta che si sono ambientati, i nuovi residenti cercano il modo di conoscere meglio la loro comunità.

Relazioni con i media

15. **Redazione di comunicati stampa.** Informate la vostra comunità degli imminenti eventi, dei premi e dei programmi del club. LCI ha creato diversi modelli pronti da compilare di comunicati stampa per aiutarvi a cominciare. Per accedere online a questi modelli di comunicati stampa visitare il sito web del LCI (www.lionsclubs.org) e digitare "comunicati stampa" nel campo di ricerca.

16. **Raccontare una storia**. C'è una persona nel vostro club che ha ottenuto risultati straordinari come Lion? Vi è una serie di progetti Lions che sta avendo un impatto sbalorditivo nella comunità? Se la risposta è sì, è giunto il momento di raccontare questa storia ad un giornalista o ad un redattore del vostro quotidiano locale.

    Una lettera volta a suscitare l'interesse del giornalista può essere inviata via email o comunicata telefonicamente. In questa

lettera non dovete raccontare l'evento, ma cercare di suscitare l'interesse del giornalista affinché scriva un articolo su una storia.

Per ulteriori informazioni sui comunicati stampa o su come comunicare una storia, si prega di contattare la Divisione relazioni pubbliche e produzione al (001) 630-571-5466, interno 327, o di inviare un messaggio email al pr@lionsclubs.org.

Presentazioni per gruppi

17. **Presentazioni audiovisive**. Mettete in mostra cosa fanno i Lions per le loro comunità. Scegliete la presentazione giusta per il vostro club. Mostratela a gruppi quali le associazioni scolastiche di insegnanti e genitori, alle organizzazioni che fanno gli interessi della comunità e ad altri gruppi che potrebbero essere interessati a diventare soci. Per ordinare le presentazioni audiovisive visitare il sito web LCI (www.lionsclubs.org) e digitare "Presentazioni audiovisive" nel campo di ricerca.

Contatti personali

18. **Presentazioni personali.** Offrite di parlare del vostro club nel corso di eventi locali e di altri forum cui partecipano leader locali e cittadini impegnati. Spiegate come i Lions hanno aiutato la comunità locale e descrivete i progetti di servizio che state al momento promuovendo.

19. **Invito di nuovi soci in prima persona.** Incontratevi personalmente con i potenziali soci per fornire loro informazioni sul club. Invitateli a partecipare alla prossima riunione o al prossimo progetto. Fate seguito alle richieste di informazioni da parte di potenziali soci a voi trasmesse dal Lions Clubs International.

Marketing diretto

20. **Telefonare alla gente.** Ottenete un elenco di persone che potrebbero beneficiare di un programma specifico (ad esempio, i nomi delle persone che vivono vicino ad un parco che verrà valorizzato o ad un corso d'acqua che verrà pulito) e chiamatele per far loro sapere cosa sta facendo per la loro comunità il vostro club. Invitatele a prendere parte al progetto.

21. **Scrivere lettere.** Create una lista indirizzi di persone che hanno partecipato in passato a progetti e una lista di altre persone che vorreste invitare a diventare socie. Spedite loro una lettera in cui descrivete cosa fa il club e chiedete loro di contattarvi se sono interessate a partecipare ad una riunione.

22. **Pubblicazione di un notiziario del club**. Inviate un'edizione speciale del notiziario del vostro club ai potenziali soci. Descrivete i risultati ottenuti dal vostro club e annunciate i vostri piani per il futuro.

23. **Invio di annunci su progetti.** Inviate un annuncio in cui viene spiegata una attività particolare alle persone che beneficeranno di tale programma. Invitatele a prendere parte al progetto e a conoscere meglio il vostro club.

Campagne Soci

24. **Partecipazione ai programmi dei premi di riconoscimento del Lions Clubs International.** Usufruite al meglio dei programmi dei premi di riconoscimento offerti dal Lions Clubs International pianificando un evento speciale e motivando la gente a parteciparvi. I programmi a premi comprendono: il programma Incremento dei soci annuale, la Campagna di conservazione soci del presidente e il programma Premi chiave per soci.

25. **Svolgimento di concorsi di club**. L'organizzazione di una competizione su "Chi riesce ad invitare il numero maggiore di nuovi soci?" è spesso un'attività amata e di successo dei club Lions. Pensate che possa funzionare per il vostro club?

Rapida ricerca di mercato

26. **Valutazione dei bisogni comunitari.** Forse il modo migliore per reclutare e conservare soci è quello di collegare il club alla comunità. Una Valutazione dei bisogni della comunità (MK-9) può aiutarvi a scoprire nuovi progetti, quelli particolarmente importanti e necessari nella comunità. È possibile ottenere l'MK-9 dal Dipartimento Nuovi Club e Marketing. Per accedere alla Valutazione dei bisogni della comunità e ad altro materiale visitare il sito web del LCI (www.lionsclubs.org) e digitare "Pubblicazioni nuovi club" nel campo di ricerca.

27. **Mantenimento negli elenchi degli ex-soci.** Inviate i notiziari e gli altri annunci anche agli ex-soci, per tenerli aggiornati sulle attività del club. Invitateli agli eventi organizzati dal club e coinvolgeteli in attività di volontariato.

28. **Controllo dell'attività dei soci.** Conoscete dei Lions che sono inattivi, che forse non partecipano alle riunioni o ai progetti di servizio? Parlateci. Fate loro sapere che pensate a loro e che vorreste aiutarli ad apprezzare di più la loro esperienza Lion.

29. **Effettuare una valutazione dei bisogni di soci nuovi o potenziali.**

    Valutazione dei bisogni dei nuovi soci: stabilite cosa ha motivato ciascun nuovo socio ad entrare nel club e aiutatelo a raggiungere i propri obiettivi. Incoraggiatelo ad usare il proprio talento e le proprie capacità affiancandolo a progetti da cui trarrà soddisfazione.

    Valutazione dei bisogni dei potenziali soci: siete a conoscenza di ciò che le persone cercano quando considerano se entrare a far parte di un'organizzazione a livello locale? Considerate la possibilità di creare un questionario da far compilare a persone non socie. Potreste ricevere informazioni molto interessanti su come il vostro club potrebbe attirare nuovi soci.

30. **Effettuare un sondaggio.** Il Questionario sulla soddisfazione degli ex soci comprende delle domande che un socio designato è incaricato di porre ad un socio uscente, nonché di un foglio di istruzioni che guida il club durante l'intera intervista. Create un'atmosfera che renda meno probabile che i vostri Lions decidano di rinunciare ad essere soci. Per accedere al Questionario sulla soddisfazione degli ex soci visitare il sito web del LCI (www.lionsclubs.org) e digitare "Questionario sulla soddisfazione degli ex soci" nel campo di ricerca.

Svolgimento di una campagna di marketing per l'invito di nuovi soci

Passo 1: individuare i mercati target
Un mercato "target" è il pubblico o il gruppo che intendete raggiungere. Prendete in considerazione i seguenti gruppi:

Pubblico generale	Soci d'affari
Referenze potenziali soci	Famiglie
Amici	Volontari non soci
Pensionati	Educatori
Leader nelle comunità	Benefattori dei programmi

Passo 2: esaminare ed analizzare i programmi precedenti
Raccogliere informazioni sui precedenti programmi di crescita associativa e conservazione soci. Valutare l'efficacia di ciascun programma e discutere dei modi per migliorarlo. Fate in modo di inserire i programmi più efficaci nella vostra nuova pianificazione.

Passo 3: studiare bene la vostra strategia
Scegliete un mercato "target", quindi delineate le modalità secondo le quali il vostro club si avvicinerà a ciascun gruppo. Riflettete. Ciò può essere effettuato in molti modi. Normalmente un insieme di approcci diversi risulta più efficace. Assicuratevi di utilizzare le tecniche menzionate in questa brochure. Potreste decidere di suscitare l'interesse di ciascun mercato "target" utilizzando tecniche diverse.

Mercati	**Strategia**	**Piano d'azione**	**Quando?**
Pubblico generale Non Lion Volontari	Radio Spedizioni postali dirette	Trasmissioni da eventi speciali Inviare un'edizione speciale del notiziario	Gennaio Febbraio

Passo 4: stabilite un budget
Riesaminate il piano scritto e individuate le voci che avranno un impatto sul budget. Indicate le spese e valutate il costo totale di ciascun progetto, quindi ottenete l'approvazione per ciascuna voce di spesa. Allegate il budget scritto al vostro piano.

Passo 5: delegare
Nominate un socio responsabile di ciascuna voce indicata nel piano scritto. Spiegate a ciascun socio le responsabilità di cui è investito/a e i tempi entro i quali vi aspetterete risultati. Assicuratevi che ciascun socio conosca bene le proprie responsabilità e offrite della formazione se necessario.

Passo 6: valutazioni
Richiedete ad ogni riunione una relazione sulla situazione al fine di monitorare i progressi del programma. Consultate privatamente i membri di comitati se sospettate che vi siano problemi. Risolvete i problemi ed offrite supporto quanto prima per mantenere il programma sulla giusta rotta. Monitorate i risultati e prendete nota delle modifiche da apportare ai programmi futuri.

Condividete il vostro successo!
Diteci ciò che pensate!

Lions Clubs International

Dipartimento operazioni soci,
Lions Clubs International
300 W. 22nd St.
Oak Brook IL 60523-8842 USA
www.lionsclubs.org
E-mail: memberops@lionsclubs.org
Telefono: 630.571.5466

MK97 IT 3/09