



Estudo de caso sobre Subsídio de Marketing

AJ IV | DU 130, Bulgária | Campanha de Marketing com Outdoor Artístico

(Subsídio de Marketing concedido em 2024-2025)

Visão geral

O Distrito Único (DU) 130 (Bulgária) recebeu um Subsídio de Marketing de Lions International no valor de US\$ 5.000. Os recursos ajudaram o Subdistrito 130 a projetar uma série de outdoors singulares em toda a República da Bulgária com o objetivo de aumentar a conscientização sobre Lions International, recrutar novos associados e destacar parcerias de marca, especialmente aquelas relacionadas à juventude e arte. Esta campanha também teve um tema central de promover a cultura e o folclore búlgaros, mostrando aos futuros Leões que os clubes ao redor do mundo são únicos na sua área local e costumes.

Metas

1. **Aumentar o reconhecimento da marca e apresentar as atividades do clube:** Os Leões se propuseram a informar um público mais amplo sobre a existência e o impacto dos clubes no DU 130 e além.
2. **Produzir outdoors tradicionais e móveis:** O DU 130 teve como objetivo lançar uma série de outdoors sobre os Lions clubes búlgaros. Eles queriam buscar uma combinação de outdoors estacionários tradicionais, bem como oportunidades de publicidade digital e móvel.
3. **Atrair novos associados:** Os Leões da Bulgária queriam gerar interesse na marca, recrutar novos Leões e Leos, e fundar novos clubes como resultado da campanha de marketing.



Marcos importantes

1. Aumento da conscientização

Os Leões da Bulgária aumentaram com sucesso a conscientização para os seus clubes e projetos locais. A iniciativa de marketing também gerou 14 notícias sobre a campanha.

2. Celebração do Folclore Búlgaro

O DU 130 teve como objetivo mostrar Lions Internacional através da perspectiva da cultura búlgara. Os designs dos outdoors foram inspirados na bandeira oficial do país misturada com o estilo da marca de Lions International. Leões em potencial foram atraídos por esses anúncios e associados atuais relataram sentir orgulho do que os outdoors representam. Também foram criados distintivos exclusivos para permitir que os Leões levassem a mensagem com eles para onde quer que fossem. Os Leões também organizaram uma série de atividades de serviço, como danças folclóricas e outras tradições que arrecadaram dinheiro para os jovens.

3. Crescimento do Quadro Associativo

Os Leões búlgaros atribuem à campanha publicitária o mérito de terem atraído 19 novos associados para o clube e a fundação de dois novos clubes, além do intenso envolvimento e do aumento do número de seguidores nas redes sociais.

Mídia

