

Markkinointiapurahaohjelma (Toimivuodelle 2024-2025)

Osapiirit eivät käytä tätä lomaketta

Tehokkaat markkinointi- ja PR-ohjelmat voivat vaikuttaa merkittävästi siihen, miten lionit saavat yhteisömme osallistumaan toimintaamme ja miten yhteisömme näkevät lionit.

Markkinointiapurahaohjelma voi tukea moninkertais- ja yksittäispiirin laajuisia markkinointi- ja PR-aktiviteetteja. Markkinointitoimikunta tarkastaa kaikki hakemukset klubien ja jäsenkasvun kohdalla, kun arvioidaan ehdotetun projektin kattavuus, arvo ja kyky lisätä yleisön tietoisuutta.

Ohjelman päivämäärät

1. heinäkuuta	Uusia markkinointiapurahahakemuksia otetaan vastaan. Ohjelman rahoitus päivittyy.
15. heinäkuuta	Edellisen toimivuoden apurahojen saajien jälkiraporttien määräaika.
15. syyskuuta	Viimeinen päivämäärä, jolloin markkinointiapuraha on haettava kuluvalle toimivuodelle.
Lokakuu	Markkinointitoimikunta tarkastaa kaikki apurahahakemukset ja myöntää apurahoja klubin ja jäsenistön mahdollisen vaikutuksen, tavoittavuuden, arvon ja yleisen tietoisuuden lisäämisen perusteella.

Hakemusten tarkastuskategoriat

Kaikki hakemukset käsitellään lokakuussa ja hyväksytään Markkinointitoimikunnan yksinomaisen harkinnan mukaan.

Ohjelman on vaikutettava koko moninkertais- tai yksittäispiiriin. Erityistä huomiota kiinnitetään ohjelmiin, joihin osallistuu suurempi osuus klubeista moninkertaispiirin (MD) tai yksittäispiirin (SD) alueella; suunnitelmiin, jotka keskittyvät *MISSION 1.5* -aloitteen tavoitteisiin ja niihin ohjelmiin, joihin osallistuu leoklubeja ehdotetuissa markkinointi- tai PR-aktiviteeteissa.

Markkinointiapurahat arvioidaan seuraavien kategorioiden perusteella:

- **KATTAVUUS**—Kattavuus tarkoittaa kykyä saada mukaan suuri osa ulkopuolisista (ei-lion) yleisöistä, kuten toimittajia, median kuluttajia (eli television katsojia, sanomalehtien lukijoita), sosiaalisen median tai verkkosivustojen katseluja.
- **BRÄNDITIETOISUUS**—Bränditietoisuus tarkoittaa sitä, kuinka näkyvästi ja usein Lions Internationalin brändi esitetään ehdotettujen apurahaan liittyvien toimintojen yhteydessä. Esimerkkejä bränditietoisuudesta voivat olla mainosten, videoiden, myynninedistämistuotteiden tai esitteiden kehittäminen, joissa on Lions Internationalin viralliset brändin värit, logot tai tunnus.
- **KASVU**—Kasvu viittaa siihen, kuinka todennäköisesti ehdotetut apurahatoimet johtavat uusien jäsenten hankkimiseen tai klubien perustamiseen.

- **ARVO**—Markkinointitoimikunta arvioi, näyttääkö pyydetyn apuraharahoituksen määrä sopivalta ehdotettujen apurahaan liittyvien toimintojen kannalta. Lähetä tarjoukset tai budjettiarviot hakemuksen mukana harkittavaksi aina kun mahdollista.

Rahoitusperusteet

Tämän markkinointiviestintätoimikunnan tukeman ohjelman kokonaisbudjetti on 500 000 dollaria vuodessa. Seuraavassa taulukossa esitetään markkinointikomitean päättämät rahoitusmäärät.

Hakemuskategoria Rahoitusmäärät

Hakemuskategoria	Apurahan enimmäismäärä	Ensimmäinen maksuerä	Toinen maksuerä	10 %:n vastaava summa vaaditaan
Väliaikaiset lohkot - yhteyslionin on lähetettävä hakemus	\$1 500	\$1 500	Ei	Kyllä \$150
Väliaikaiset alueet - yhteyslionin on lähetettävä hakemus	\$3 000	\$3 000	Ei	Kyllä \$300
Muut piirittömät alueet - yhteyslionin on lähetettävä hakemus	\$3 000	\$3 000	Ei	Kyllä \$300
Yksittäispiiri** (ei osa moninkertaispiiriä)	\$5 000	\$3 500	\$1 500	Kyllä \$500
Moninkertaispiiri	\$15 000	\$10 000	\$5 000	Kyllä \$1 500

** Moninkertaispiirin osapiirien on haettava apurahoja osana moninkertaispiiriä, eivätkä ne voi hakea apurahaa erikseen.

Yksittäis- ja moninkertaispiirien hyväksytyt markkinointiapurahahakemukset saavat osan hyväksytystä rahoituksesta enakkoon, ja toinen maksuerä maksetaan sen jälkeen, kun täydellinen jälkiraportti on toimitettu ja kaikki markkinointiapurahaan liittyvät toimet on saatu päätökseen.

Kaikkien markkinointiapurahan saajien on osallistuttava apurahaansa vähintään 10 %:n vastaavalla summalla. Katso lisätietoja ohjelman rahoituksen rajoituksia koskevasta osiosta. Loppuraportissa on selvästi osoitettava 10 prosentin vastaava summa. 10 %:n vastaavan summan on tultava moninkertais- tai yksittäispiireiltä, lohkoilta tai alueilta kerätyistä varoista, ei lahjoitetuista tavaroista tai palveluista.

Kaikki varat on käytettävä 30. kesäkuuta mennessä sen toimivuoden aikana, jolloin apuraha myönnetään, ja käyttämättä jääneet varat on palautettava Lions Internationalille seuraavan toimivuoden 15. heinäkuuta mennessä. Yhdysvalloissa ja sen alueilla on täytettävä [W-9 -lomake](#).

Markkinointiapurahaohjelman säännöt, tukikelpoisuus ja raportin lähettämistä koskevat ohjeet

Markkinointiapurahaohjelman säännöt

Apurahoja voidaan myöntää vain markkinointiin, PR-toimintaan ja/tai mainontaan, ja niissä on käytettävä joko Lions Internationalin toimittamia materiaaleja tai paikallisesti kehitettyjä materiaaleja, jotka Lions Internationalin PR-osasto on hyväksynyt.

Markkinointiapurahahakemukset hyväksytään Markkinointitoimikunnan yksinomaisen harkinnan mukaan. Kun Markkinointitoimikunta hyväksyy hakemuksenne, ette voi poiketa hyväksytyistä markkinointitoimista ilman Markkinointitoimikunnan kirjallista hyväksyntää.

Ette voi hakea rahoitusta markkinointitoimiin, jotka ovat jo käynnissä tai jo toteutettu, kun haette apurahaa.

Apurahan saajien tulee:

- Näyttää ja pitää esillä Lions-logoa selvästi kampanja-aineistossa.
- Jakaa konseptikuva Lions Internationalin kanssa ennen tuotantoa.
- Käyttää Lions Internationalin brändiohjeita ja virallisia logoja. www.lionsclubs.org/brand.

Ohjelmajohtaja on nimitettävä hakemuksen jättöhetkellä ja PR- ja ohjelmatoimikunta on nimitettävä ennen ensimmäisen erän lähettämistä Lions Internationalilta.

Moninkertaispiirin tapauksessa kuvernöörineuvoston puheenjohtajan on allekirjoitettava hakemus varmistettuaan kaikkien piirikuvernöörin hyväksynnän. Ohjelmajohtajan on myös allekirjoitettava hakemus. Yksittäispiirin tapauksessa piirikuvernöörin ja ohjelmajohtajan on allekirjoitettava hakemus. Yhteyslionin on toimitettava hakemus väliaikaisista lohkoista, väliaikaisista alueista ja muista piirittömistä alueista.

Markkinointiapurahoja voidaan käyttää PR-toimintaan, mainontaan tai markkinointiin ulkopuoliselle yleisölle (ei-lioneille) ja tiedotusvälineiden jäsenille. Esimerkkejä hyväksytyistä markkinointiapurahaan liittyvistä kuluista voivat olla:

- Esitteiden tai mainosten luominen tulevan palveluprojektin mainostamiseksi
- Myyjien tai mainostoimistojen palkkaaminen PR-, markkinointi-, mainonta- tai digitaalisten kampanjoiden toteuttamiseen
- Tapahtumassa yleisölle jaettavien brändillä varustettujen lahjojen ostaminen
- Markkinointimateriaalin tuotantokustannukset, mukaan lukien painatus ja toimitus

- Videon tai verkkosivuston tuotantokustannukset
- Ulkoinen markkinointi tai PR-toiminta, joka on suunnattu media-alan ammattilaisille tai yleisölle

Markkinointiapurahoitusta ei voi käyttää:

- Palveluaktiviteettien rahoittamiseen (esimerkiksi ruoan ostaminen ruokapankkiin)
- Klubitarvikkeiden ostamiseen
- Rahapalkintoihin tai lahjoituksiin
- Sisäisiin kokouksiin, koulutustilaisuuksiin tai viestintään vain lionjäsenille
- Sellaisten tuotteiden tai palveluiden ostamiseen, jotka eivät liity hyväksyttyyn markkinointiapurahatoimintaan

Kelpoisuus

Moninkertaispiirit, yksittäispiirit, jotka eivät ole osa moninkertaispiiriä, piirittömät lohkot sekä väliaikaiset alueet ja lohkot voivat hakea markkinointiapurahaa.

Hyviä ideoita apurahoille voi tulla mistä tahansa, mutta tällä hetkellä lionsklubit, yksittäiset lionit ja moninkertaispiirin osapiirit eivät voi hakea markkinointiapurahaa. Jos sinulla on idea markkinointiapurahaa varten, ota yhteyttä kuvernööri-neuvoston puheenjohtajaan tai yhteyslioniin.

Raportin lähettämistä koskevat ohjeet

Markkinointiapurahojen saajien on toimitettava yksityiskohtainen jälkiraportti 30 päivän kuluessa hankkeen päättymisestä. Raportit voidaan lähettää verkossa osoitteessa <https://lionsclubs.jotform.com/222704539815055?language=en>. Apurahan saajat, jotka eivät lähetä jälkiraporttia, eivät ole oikeutettuja tuleviin markkinointiapurahoihin.

Raportit on toimitettava viimeistään seuraavan toimivuoden 15. heinäkuuta mennessä. Lions Internationalin toimivuosi on 1. heinäkuuta - 30. kesäkuuta.

Raportit koostuvat kolmesta osasta.

Jälkiraportin osat	
Osan aihe	Ehdotetut yksityiskohdat eri osissa
Osa 1: Projektin arviointi	Anna yksityiskohtainen yleiskatsaus ohjelmasta. ☐ Mikä oli tavoitteenne tai päämääränne? ☐ Kuvaile kaikki toteutetut toimet ja/tai tuotetut materiaalit ja tuotteet. ☐ Liitä mukaan näytteitä luoduista markkinointimateriaaleista, lehdistötiedotteista, valokuvista,

	videoista, medialeikkeistä ja mainonnasta markkina-alueella.
Osa 2: Projektin vaikutus	Ilmoita kaikki tärkeät tiedot ohjelmaan liittyvistä aktiviteeteista. Tiedot voivat sisältää: ☐ Uusien jäsenten lukumäärä ☐ Yleisön vaikutelmat ☐ Montako uutisartikkelia varmistettu ☐ Montako sosiaalisen median vuorovaikutusta
Osa 3: Projektin taloustiedot	Esitä yksityiskohtainen kirjanpitoaineisto siitä, miten apuraharahoitus on käytetty. ☐ Ilmoita kaikki menot ja projektiin käytetty kokonaissumma ☐ Jäljennökset kaikista kuiteista ja maksetuista laskuista kustakin taulukon kohdasta on toimitettava ☐ Osoita, miten vaadittu 10 prosentin osuus on käytetty tähän ohjelmaan

Onko kysyttävää? Tiimimme on täällä auttamassa.

Tiimimme on aina valmiina vastaamaan kysymyksiin tai antamaan ohjeita markkinointiin liittyviin aktiviteetteihin. Voit ottaa meihin yhteyttä osoitteessa publicrelations@lionsclubs.org.