

Metas distritales

Ejemplos de planes de acción

Folleto



Guía del plan de acción

Una meta bien desarrollada es específica, medible, alcanzable y de t tiempo definido. Utilice la guía siguiente para entender los diferentes componentes básicos para el desarrollo de un plan de acción para cada meta EMART que se crea.

¿A qué meta de la Asociación se refiere su declaración de meta?

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio	<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato	<input type="checkbox"/> Meta personalizada		
<input type="checkbox"/> MISIÓN 1.5	<input type="checkbox"/> LCIF			
Declaración de meta				
Indique qué se propone lograr específicamente el distrito.				
Medida	Persona responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
Indique cómo logrará su equipo la meta. La medida debe ser específica y medible. Incluya detalles tales como número de Leones, actividades específicas, comunicaciones, etc.	Indique las personas que harán el trabajo para completar cada medida.	Indique los recursos clave o la financiación necesaria para ejecutar cada medida.	Indique cuándo tendrá que empezar la planificación para lograr cada medida. Al fijar la fecha límite, recuerde incorporar tiempo para hacer seguimiento con la persona responsable.	
Evaluación		Modificaciones		
A completar durante todo el año; las medidas / comentarios recibidos que puedan afectar el calendario general y las medidas necesarias para lograr la declaración de meta arriba enumerada.		A completar durante todo el año; en base a la evaluación, las modificaciones al calendario / medidas enumeradas que deben tomarse para lograr la declaración de meta arriba enumerada.		

Actividades de servicio

El siguiente es un ejemplo de una meta distrital específica que apoyará el plan de metas de actividades de servicio de la Asociación Internacional de Clubes de Leones para aumentar la presentación de informes de servicio.

Porcentaje de clubes que presentan informes

Área de enfoque				
<input checked="" type="checkbox"/> Actividades de servicio <input type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato <input type="checkbox"/> LCIF		<input type="checkbox"/> Meta personalizada
Enunciado de meta				
Para el final del próximo año Leonístico, el 80% de los clubes de nuestro distrito presentará informes de servicio, lo que representa un aumento del 15% con respecto al año pasado.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
Identificar los clubes de Leones y Leo que no presentaron informes de servicio en el año Leonístico previo.	GD, Coordinador del GST del distrito	Informe de actividades de servicio en tiempo real	15/6	1/7
Reunirse con un representante de cada uno de los clubes de Leones y Leo que no presenten informes de servicio para: <ul style="list-style-type: none"> Identificar las necesidades de capacitación, recursos y apoyo de cada club. Discutir las oportunidades para la mejora de procesos, tales como la manera en que el club recopila y comunica los datos de servicio. 	GD, Coordinador del GST del distrito	Plataforma de reuniones virtuales, correo electrónico y / o teléfono, socios de cada club responsables de presentar los informes de servicio, método para el control de las respuestas, el seguimiento y los resultados	1/7	1/9

<p>Abordar los problemas específicos con los que se enfrenta cada club de Leones y Leo respecto a la capacitación, el apoyo y los recursos pertinentes.</p>	<p>GD, Coordinador del GST del distrito</p>	<p>Plataforma de reuniones virtuales, correo electrónico, materiales de capacitación sobre presentación de informes de servicio, método de seguimiento</p>	<p>1/9</p>	<p>1/2</p>
<p>Hacer seguimiento para ver si la capacitación, los recursos y el apoyo aumentaron la presentación de informes de servicio en los clubes.</p>	<p>GD, Coordinador del GST del distrito</p>	<p>Informe en tiempo real de las actividades de servicio, plataforma de reuniones virtuales, correo electrónico y / o teléfono, materiales de capacitación sobre presentación de informes de servicio, método para el control de los resultados</p>	<p>1/2</p>	<p>1/5</p>
<p>Celebrar el éxito de los clubes de Leones y Leo del distrito que están presentando informes de servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involucrar a los asesores de mercadotecnia de los clubes y del distrito para crear un plan de mercadotecnia que comunique y celebre los éxitos. • Trabajar con los asesores de mercadotecnia de los clubes y del distrito para aumentar el conocimiento de la marca y llamar la atención sobre las actividades de servicio entre las personas ajenas al Leonismo. 	<p>GD, coordinador de GST del distrito, asesores de mercadotecnia de los clubes y del distrito</p>	<p>Plataforma de reuniones virtuales, correo electrónico, teléfono y / o redes sociales, reuniones de distrito, convenciones de distrito, boletín del distrito, solicitud del Premio de Servicio la Bondad Importa</p>	<p>1/5</p>	<p>30/6</p>

Evaluación	Modificaciones
<p>En febrero, los informes mostraron que el 70% de los clubes presentaron informes de servicio. Un examen posterior determinó que algunos clubes se beneficiarían de capacitación adicional, especialmente los clubes Leo, donde el porcentaje de presentación de informes de servicio es bajo.</p>	<p>El coordinador de GST del distrito proporcionará capacitación adicional y alcance dirigido a los clubes Leo para alentar la presentación de informes sobre actividades de servicio.</p>

Aumento de socios

Los siguientes son ejemplos de metas distritales específicas que apoyarán las metas de aumento de socios de la Asociación con la formación de clubes nuevos, el reclutamiento de socios nuevos y la retención de los existentes socios.

Meta de clubes nuevos

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio		<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato		<input type="checkbox"/> Meta personalizada
<input checked="" type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input type="checkbox"/> LCIF		
Enunciado de meta				
Antes de que finalice el próximo año Leonístico, nuestro distrito habrá empezado 1 club nuevo con 25 socios fundadores, que será el primer club nuevo en 3 años.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
<ul style="list-style-type: none"> Pedir al coordinador del GET del distrito que presida el equipo de extensión de clubes. Enviar una invitación personal a otros dirigentes para que formen parte del equipo de extensión de clubes. 	GD, coordinador del GET del distrito	información de contacto de los dirigentes y una invitación a un León orientador para el club nuevo potencial.	1/6	15/6
El equipo de extensión de clubes revisará las áreas de oportunidad para atraer a jóvenes profesionales que empezarán un club de Leones nuevo en el centro de la ciudad.	Coordinador del GET del distrito	Internet, método para hacer identificar las áreas potenciales para empezar un club nuevo club	15/6	15/7
Organizar reuniones virtuales con líderes comunitarios y empresariales para medir el interés de empezar un club de Leones nuevo en el centro de la ciudad.	Coordinador del GET del distrito	Plataforma de reuniones virtuales, información de contacto de los participantes, presentación de un club nuevo, presentador	15/6	30/8

Elaborar un plan estratégico de mercadotecnia para dar a conocer el evento o eventos en las comunidades de interés e invitar a socios potenciales.	Asesor de mercadotecnia del distrito	Correo electrónico, plataforma de reuniones virtuales	15/6	30/8
<ul style="list-style-type: none"> Solicitar una subvención de aumento de socios para pagar el material de promoción de un evento para atraer a jóvenes profesionales. Trabajar con los líderes de la comunidad para planificar y organizar un puesto de información con café y galletas en un parque concurrido del centro de la ciudad a la hora del almuerzo. 	Coordinador del GET del distrito	'Voluntariado=interconexión', puesto, café, galletas, solicitud de subvención	15/6	1/9
Elaborar un plan estratégico de mercadotecnia para aumentar el conocimiento de la marca y cómo cultivar a los socios nuevos potenciales.	Coordinador del GET del distrito, asesor de mercadotecnia del distrito	Correo electrónico, plataforma de reuniones virtuales	1/9	1/11
Hacer seguimiento con los socios potenciales e invitarlos a participar en un proyecto de servicio del distrito donde podrán establecer contactos e informarse más sobre el impacto que tienen los Leones.	Coordinador del GET del distrito, coordinador del GST del distrito, Equipo de Extensión de Clubes	Correo electrónico, teléfono, lista de socios potenciales e información de contacto, método para hacer seguimiento de las respuestas, versión electrónica de la invitación	1/11	1/12
Decidir la hora y fecha de la reunión de organización que se llevará a cabo en la oficina del distrito.	Equipo de Extensión de Clubes	Calendario, teléfono, correo electrónico	25/11	1/12
Hacer seguimiento con todos los socios nuevos y potenciales, agradecerles la asistencia a la reunión y su interés en ingresar a un club de Leones e invitarlos a una reunión de organización.	Coordinador del GET del distrito	Teléfono, correo electrónico, fecha, hora y lugar de la reunión de organización, lista de contacto de todos los socios potenciales	1/12	1/12

Organizar una reunión de organización para elegir a los dirigentes y empezar a planificar el primer proyecto de servicio del club nuevo pendiente.	Coordinador del GET del distrito	Oficina del distrito, solicitud de carta constitutiva de club, presentación para la reunión, refrigerios, sillas	4/12	10/12
El Equipo de Extensión de Clubes trabajará con el club nuevo pendiente para completar la solicitud y asegurarse de que se constituya el club.	Coordinador del GET del distrito	Guía de desarrollo de clubes nuevos, computadora, Internet, nombres e información de contacto de cada socio nuevo	10/12	10/1
El León Orientador organiza una reunión con los nuevos dirigentes del club para empezar la capacitación de los nuevos dirigentes del club.	León Orientador	Libro de trabajo del Curso de capacitación para León Orientador Certificado, lugar o plataforma de reuniones, información de contacto de los socios nuevos del club, materiales de capacitación para dirigentes del club, materiales de orientación para socios nuevos	10/12	10/1
Evaluación	Modificaciones			
9/15: Subvención de 500 USD de aumento de socios aprobada. Los 140 USD restantes deberán recaudarse por otros medios.	Octubre: Se llevará a cabo una venta de artículos de repostería en las fiestas patronales (organizada por el GST) para recaudar los 140 USD restantes necesarios.			

Meta de reclutamiento de socios nuevos

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio		<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato		<input type="checkbox"/> Meta personalizada
<input checked="" type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input type="checkbox"/> LCIF		
Enunciado de meta				
El último sábado de abril, durante la convención distrital, se llevará a cabo una ceremonia del Día de la Juramentación Mundial para ayudar a rejuvenecer los clubes con nuevos socios.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
Pedir al coordinador del GMT del distrito que supervise el cumplimiento de esta meta.	GD	Correo electrónico, teléfono	1/6	15/6
<ul style="list-style-type: none"> Trabajar con el equipo de la convención del distrito para asegurar que la ceremonia se añada al programa. Finalizar los detalles de la hora y el lugar de la ceremonia con el equipo de la convención. 	Coordinador del GMT del distrito	Correo electrónico, teléfono, información de contacto del equipo de la convención del distrito, método para hacer seguimiento de las discusiones y las tareas	15/6	15/7
Pedir a los jefes de zona que alienten a los clubes a que consideren participar en el Día Mundial de la Juramentación, recopilen información sobre los asesores de afiliación de todos los clubes participantes y creen una lista de contactos.	GD, coordinador del GMT del distrito	Direcciones de correo electrónico de los jefes de zona y asesores de afiliación de los clubes. Método para recopilar y organizar respuestas	15/7	15/9
Definir quién supervisará la ceremonia en la convención del distrito y sus responsabilidades.	GD, coordinador del GMT del distrito	Lista de contactos de los dirigentes del distrito que asistirán a la convención de distrito	1/10	20/10

Organizar una reunión con el asesor de mercadotecnia del distrito, los asesores de mercadotecnia de los clubes, los asesores de afiliación de los clubes y el gobernador del distrito.	Coordinador del GMT del distrito	Correo electrónico, computadora, Internet, plataforma de reuniones virtuales, información de contacto para los participantes, método para hacer seguimiento de las discusiones y tareas	15/10	20/10
Llevar a cabo una reunión con el equipo para elaborar un plan sobre cómo promocionar la ceremonia de juramentación a la familia, los amigos y el público en general, teniendo en cuenta las promociones antes, después y durante el evento.	GD, coordinador del GMT del distrito	Plataforma de reuniones virtuales, información de contacto para los participantes, método para hacer seguimiento de las discusiones y tareas	20/10	25/10
Solicitar una subvención de relaciones públicas para cubrir los gastos de publicidad.	GD	Financiamiento necesario: 1000 USD, solicitud de subvención	1/11	5/11
<ul style="list-style-type: none"> Invitar a los socios potenciales y nuevos a la ceremonia del Día Mundial de la Juramentación en la convención del distrito. Confirmar con el jefe de zona el número previsto de socios que asistirán. 	GD, coordinador del GMT del distrito	Una invitación electrónica o impresa a la ceremonia, direcciones de correo electrónico para los socios potenciales y nuevos, y un método para recopilar y organizar las respuestas.	15/1	31/3
<ul style="list-style-type: none"> Empezar a poner en marcha el plan de mercadotecnia. Ajustar el comunicado de prensa de los Leones para el evento. Informar a la prensa local sobre el evento. 	Asesor de mercadotecnia del distrito	Información de contacto para la prensa local, copia descargada de la "Plantilla de comunicado de prensa genérico", anuncios electrónicos e impresos en periódicos, fondos de la subvención para los anuncios impresos, acceso a la Guía de Comunicaciones de MercaDOTecnia en lionsclubs.org	1/2	15/4

<ul style="list-style-type: none"> Comunicar el número previsto de asistentes al secretario del distrito. Comunicar los nombres de los asistentes al secretario del distrito. 	Coordinador del GMT del distrito	Correo electrónico, teléfono, lista de nombres de los asistentes	1/4	1/4
<ul style="list-style-type: none"> Imprimir certificados basados en el número previsto de socios que estarán presentes. Solicitar prendedores para los socios a la oficina del distrito. Completar los certificados con los nombres y la puntuación correcta. 	Secretario del Gabinete	Computadora, impresora, bolígrafo de caligrafía, prendedores, certificados	1/4	15/4
Escribir el discurso de la juramentación.	GD	Computadora e impresora	3/4	7/4
Entregar los materiales en la convención del distrito el día antes del evento.	Coordinador del GMT del distrito	Certificados de socios nuevos, prendedores, lista de los socios que se juramentarán	28/4	28/4
Confirmar el equipo audiovisual en el lugar y la distribución del salón de la ceremonia.	Coordinador del GMT del distrito		29/4	29/4
Llevar a cabo la ceremonia y presentar los certificados y prendedores a los socios nuevos.	GD, coordinador del GMT del distrito y comité de la convención del distrito	Certificados para socios nuevos, prendedores, lista de los socios que van a ser juramentados, lista de los Leones que contribuyeron al éxito de la ceremonia, discurso de la juramentación	29/4	29/4
Implemente el plan de mercadotecnia posterior al evento para compartir fotos y conectarse con los socios nuevos con el objeto de recopilar testimonios sobre cómo mejorar la experiencia en el futuro.	Asesor de mercadotecnia del distrito, asesores de mercadotecnia de los clubes	Computadora	15/5	31/5
Evaluación		Modificaciones		
12/15: Subvención de 500 USD de aumento de socios aprobada. La meta era conseguir 1000 USD.		Reducir el número de anuncios electrónicos e impresos para ajustarse al presupuesto.		

Meta de retención

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio		<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato		<input type="checkbox"/> Meta personalizada
<input checked="" type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input type="checkbox"/> LCIF		
Enunciado de meta				
Para el final del próximo año Leonístico, nuestro distrito reducirá un 10% la baja anual de socios.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
Revisar el Plan Estratégico de Aumento de Socios del Distrito y los informes pertinentes para determinar qué representa una reducción del 5% en la baja de socios para el distrito.	GD, coordinador del GMT del distrito	Plan Estratégico de Aumento de Socios del Distrito, Informe acumulativo	15/4	30/4
El coordinador del GMT del distrito se pone en contacto con los jefes de zona para solicitar su ayuda para realizar una encuesta de satisfacción de los socios en todos los clubes de sus zonas a través de un correo electrónico específico.	Coordinador del GMT del distrito	Correo electrónico, teléfono, encuesta electrónica de satisfacción de los socios	15/7	30/7
Los jefes de zona organizan reuniones con los asesores de afiliación de los clubes para hablar sobre el beneficio de completar la encuesta de satisfacción de los socios y el envío de una copia electrónica a todos los socios de los clubes.	Jefes de zona	Plataforma de reunión virtual, discurso preparado sobre los beneficios de realizar la encuesta, encuesta electrónica de satisfacción de los socios	1/8	25/8

<ul style="list-style-type: none"> • Los asesores de afiliación de los clubes envían una encuesta de satisfacción de los socios a todos los socios. • Los socios de los clubes completan la encuesta. 	Jefes de zona, socios de club	Direcciones de correo electrónico de todos los socios de los clubes, correo electrónico, encuesta electrónica de satisfacción de los socios	1/9	19/9
Los jefes de zona revisan las encuestas de satisfacción de los socios con el coordinador del GMT del distrito y los asesores de afiliación de los clubes para identificar los problemas.	Jefes de zona, coordinador del GMT del distrito	Plataforma de reuniones virtuales, resultados de la encuesta, método para recopilar los resultados, un análisis de estos resultados para determinar los problemas más importantes a abordar	20/9	25/9
Los jefes de zona celebran reuniones virtuales con los asesores de afiliación de los clubes para revisar los resultados de la encuesta.	Jefes de zona, asesores de afiliación de los clubes	Plataforma de reuniones virtuales, análisis de datos, recomendaciones para los clubes y un método para hacer seguimiento de las respuestas, decisiones y seguimiento de la reunión con cada club	25/9	30/9
Los jefes de zona y los asesores de afiliación de los clubes de club determinan la mejor manera de compartir los resultados con los socios de los clubes y se redacta un plan de acción para abordar la satisfacción de los socios de los clubes.	Jefes de zona, asesores de afiliación de los clubes	Plataforma de reuniones virtuales, método para hacer seguimiento y compartir las decisiones, planes de acción y seguimiento	1/10	31/10
Los jefes de zona trabajan con los asesores de afiliación de los clubes para poner en marcha planes de acción a fin de mejorar la satisfacción de los socios a nivel de club.	Jefes de zona, asesores de afiliación de los clubes	Planes de acción, método para documentar reuniones, decisiones, seguimiento y presentación de informes a los Leones a nivel de distrito	1/11	31/1

Evaluación	Modificaciones
9/20: Los socios del Club de Leones de Oxford no participaron en la encuesta electrónica de satisfacción de los socios.	9/25: Después de una discusión más detallada con los dirigentes del club, se determinó que los socios del Club de Leones de Oxford prefieren las encuestas en persona, por lo que la encuesta se distribuirá en la próxima reunión el 1/10, y los resultados se entregarán al jefe de zona antes del 10/10.

Desarrollo de liderato

El siguiente es un ejemplo de una meta distrital específica que apoyará la meta de desarrollo de liderato de la Asociación.

Meta de capacitación de dirigentes de club

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio		<input checked="" type="checkbox"/> Desarrollo de liderato		<input type="checkbox"/> Meta personalizada
<input type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input type="checkbox"/> LCIF		
Enunciado de meta				
El 85% de los dirigentes de club del distrito completará los cursos de capacitación para dirigentes de club en el Centro Leonístico de Aprendizaje antes del 1 de setiembre, lo que representa un aumento del 10% con respecto al año pasado.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
Elaborar y ejecutar un plan de comunicaciones que aliente a los dirigentes de club a completar la capacitación para dirigentes del club disponible en el Centro Leonístico de Aprendizaje.	Asesor de mercadotecnia del distrito, coordinador de LCIF del distrito	Instrucciones sobre cómo acceder al Centro Leonístico de Aprendizaje	1/6	1/7 y 1/8
Llamar personalmente a cada presidente de club y pedirle que complete la capacitación y haga seguimiento de esta meta con los dirigentes de su club.	GD	Números de teléfono de los presidentes de club, instrucciones sobre cómo acceder al Centro Leonístico de Aprendizaje	1/7	20/7

Acceder a Learn y descargar un informe de capacitación actual que muestre los dirigentes de club que hayan completado los cursos en el Centro Leonístico de Aprendizaje. Compartir esta lista con el equipo del distrito de forma regular.	Coordinador del GLT del distrito	Lion Account, instrucciones sobre cómo acceder a y descargar informes	31/7	1/9
Llamar personalmente a cada jefe de zona y de región y pedirle que haga seguimiento de esta meta con los dirigentes de club.	PVGD	Números de teléfono de los jefes de zona y de región, instrucciones sobre cómo acceder al Centro Leonístico de Aprendizaje	1/8	15/8
Comunicarse con los dirigentes de club que aún no hayan completado el curso y alentarlos a que lo completen.	2VGD	Números de teléfono de los dirigentes de club, instrucciones sobre cómo acceder al Centro Leonístico de Aprendizaje	15/8	30/8
Evaluación		Modificaciones		
Comunicarse con los dirigentes de club que indicaron que necesitaban ayuda para acceder al Centro Leonístico de Aprendizaje a través del portal para Socios.		El GD se comunicará con el Asesor de Informática de cada club y le pedirá que muestre cómo acceder al curso a los dirigentes del club que están experimentando dificultades.		

LCIF

El siguiente es un ejemplo de una meta distrital específica que apoyará la meta de recaudación de fondos de la Asociación.

Meta de participación del club

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio		<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato		<input type="checkbox"/> Meta personalizada
<input type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input checked="" type="checkbox"/> LCIF		
Enunciado de meta				
Para el final del próximo año Leonístico, nuestro distrito asegurará que 5 clubes logren el 100% de participación de los socios, lo que representa 2 más que el año pasado.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
<ul style="list-style-type: none"> • Crear listas de clubes potenciales en los que participaría el 100% de los socios. • El GD revisa y consolida las listas proporcionadas por todos los miembros del equipo. • El GD envía las listas por correo electrónico a todos los miembros del equipo distrital para que las revisen. 	GD, equipo distrital, coordinador de LCIF del distrito	Método para crear listas (por ejemplo, Microsoft Word), correo electrónico	7/7	17/7
Revisar las áreas de oportunidad en el distrito y la lista consolidada de clubes potenciales en los que participarían el 100% de los socios.	GD, coordinador de LCIF del distrito	Lista consolidada de clubes potenciales	17/7	20/7

Programar una reunión virtual con el GD, el coordinador de LCIF del distrito y el equipo distrital para discutir la lista consolidada, la meta de clubes en los participarían el 100% de los socios y el plan para el año.	Coordinador de LCIF del distrito	Plataforma de reuniones virtuales, correo electrónico	20/7	20/7
<ul style="list-style-type: none"> Reunirse con el equipo para discutir. En función de las áreas de oportunidad, fijar las metas de clubes con un 100% de participación de los socios para las diferentes regiones del distrito, teniendo en cuenta el desempeño continuo y las conexiones personales. Fijar metas temporales para el progreso de cada región basados en el impulso, las consideraciones estacionales y el ritmo necesario para lograr el éxito. 	GD, coordinador de LCIF del distrito, equipo distrital	Plataforma de reuniones virtuales, método para tomar notas (por ejemplo, Microsoft Word), mapa del distrito, miembros del equipo	20/7	24/7
<ul style="list-style-type: none"> Programar tiempo para comunicar la importancia de convertirse en un club con un 100% de participación de los socios a todos los dirigentes del club objetivo y desarrollar una estrategia de mercadotecnia para el resto del año. Reunirse con los dirigentes de club. 	Asesor de mercadotecnia del distrito, coordinador de LCIF del distrito	Correo electrónico, plataforma de reuniones virtuales	24/7	30/7
Crear y programar comunicaciones con los clubes del distrito para realizar llamados de recaudación de fondos.	GD, equipo distrital	Correo electrónico, plataforma de reuniones virtuales, teléfono	24/7	30/7

Programar reuniones bimensuales para supervisar el progreso hacia las metas con el equipo distrital.	Coordinador de LCIF del distrito	Correo electrónico, plataforma de reuniones virtuales	1/8	1/6
Reunirse cada dos meses para discutir el progreso hacia las metas y hacer los ajustes necesarios a los clubes seleccionados.	GD, coordinador de LCIF del distrito, presidentes de los clubes	Plataforma de reuniones virtuales, informes de progreso, método para documentar discusiones y tareas	1/8	1/6
Celebrar el éxito de los clubes que se convierten en clubes con un 100% de participación de los socios en el banquete de fin de año.	GD, equipo distrital, coordinador de LCIF del distrito	Lista de clubes con un 100% de participación de los socios, información de contacto de los clubes, plan para el banquete, presentación, presentadores, invitaciones, espacio para el banquete, financiación, comida, bebidas	15/6	15/6
Evaluación		Modificaciones		
En diciembre, un club recientemente constituido promovió el 100 % de participación y todos los socios donaron a LCIF.		Se presentó la oportunidad adicional de tener otro club que alcanzara el 100 % de participación de los socios y la meta cambió de 5 a 6 clubes.		

Meta personalizada

El siguiente es un ejemplo de una meta distrital personalizada desarrollada a través de conversaciones con el equipo del distrito.

Meta de mejorar la calidad de los clubes

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio		<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato		<input checked="" type="checkbox"/> Meta personalizada
<input type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input type="checkbox"/> LCIF		
Enunciado de meta				
Para finales del próximo año Leonístico, el 90% de todos los clubes del distrito habrán completado el libro de trabajo de la Iniciativa Clubes de Calidad o la guía del Plan para alcanzar el éxito del club (Enfoque Global de Afiliación), para asegurar un crecimiento del 3% con respecto al año pasado.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
El GD asigna la responsabilidad y comunica la meta al coordinador del GLT del distrito.	GD	Página web de Mejorar la calidad del club, teléfono / correo electrónico	15/6	10/7
El GD añade el tema para mejorar la calidad del club a la agenda de las próximas visitas a los clubes y trabaja con el asesor de mercadotecnia del distrito y otros para promover los Programas de Clubes de Calidad en los boletines trimestrales.	GD, asesor de mercadotecnia del distrito cuando proceda	Calendario, computadora, calendario de visitas a los clubes del próximo año Leonístico	15/6	10/7
El GD promueve la importancia de los Programas de Clubes de Calidad en todas las visitas programadas a los clubes y otros eventos.	GD	Plataforma de reuniones virtuales o si es presencial: lugar de la reunión, puntos de conversación de los Programas de Clubes de Calidad	20/6	1/5

El coordinador del GLT del distrito calcula el número total de clubes del distrito que necesitarían completar el Programa Clubes de Calidad para alcanzar la meta.	Coordinador del GLT del distrito	Calculadora, número total de clubes en el distrito	10/7	10/7
El coordinador del GLT del distrito organiza reuniones con los jefes de zona para revisar la meta y las expectativas, y discutir la visita a las reuniones de zona futuras.	Coordinador del GLT del distrito	Plataforma de reuniones telefónicas / virtuales, si es presencial: lugar de la reunión, información de contacto de los participantes, puntos de conversación	11/7	15/7
El coordinador del GLT del distrito comunica la meta y presenta los Programas de Clubes de Calidad a los jefes de zona, y consulta el material que contiene la página web de Mejorar la calidad de los clubes.	Coordinador del GLT del distrito	Página web de Mejorar la calidad de los clubes, Guía del facilitador de CQI, PowerPoints de la Iniciativa Clubes de Calidad, Libro de trabajo de la Iniciativa Clubes de Calidad, Guía del Plan para alcanzar el éxito del club (Enfoque Global de Afiliación), Guía de modelo de reuniones del Comité Consultivo del Gobernador de Distrito	15/7	31/8
Los jefes de zona añaden los Programas de Clubes de Calidad como tema de conversación al orden del día de las reuniones de zona del próximo año Leonístico.	Jefes de zona	Orden del día de las reuniones de zona del próximo año Leonístico	15/7	31/8

<ul style="list-style-type: none"> • Los jefes de zona trabajan con el coordinador del GLT del distrito para fijar el mejor momento para que éste acuda a una reunión de zona para discutir los Programa Clubes de Calidad y añaden la visita al orden del día. • Los jefes de zona comunican al coordinador del GLT del distrito la fecha, hora y lugar definitivos para la visita pendiente. 	<p>Coordinador del GLT del distrito y todos los jefes de zona</p>	<p>Calendario, computadora, orden del día de las reuniones de zona del próximo año Leonístico</p>	<p>15/7</p>	<p>31/8</p>
<p>El coordinador del GLT del distrito acude a una reunión de cada zona para alentar a todos los clubes a completar el proceso antes de mayo, asignando el proyecto a los primeros vicepresidentes de club.</p>	<p>GLT del distrito y todos los jefes de zona</p>	<p>Página web de Mejorar la calidad de los clubes, folleto de la Iniciativa Clubes de Calidad, libro de trabajo de la Iniciativa Clubes de Calidad, Plan para alcanzar el éxito del club (Enfoque Global de Afiliación), plataforma de reuniones virtuales o, si es en persona: lugar de la reunión</p>	<p>1/9</p>	<p>15/11</p>
<p>Los primeros vicepresidentes de club trabajan a través de los Programas Clubes de Calidad con los respectivos clubes.</p>	<p>Primeros vicepresidentes del club</p>	<p>Página web de Mejorar la calidad de los clubes, folleto de la Iniciativa Clubes de Calidad, libro de trabajo de la Iniciativa Clubes de Calidad, Guía del Plan para alcanzar el éxito del club (Enfoque Global de Afiliación), reunión virtual</p>	<p>15/11</p>	<p>30/6</p>

<p>Los jefes de zona hacen seguimiento con el primer vicepresidente de cada club en las reuniones de zona para supervisar la finalización de los Programas de Clubes de Calidad y ofrecen apoyo al facilitador, si es necesario.</p>	<p>Jefes de zona, primeros vicepresidentes de club</p>	<p>Comunicación personal entre los jefes de zona y el primer vicepresidente del club. Libro de trabajo de la Iniciativa Clubes de Calidad y la guía del Plan para alcanzar el éxito del club (Enfoque Global de Afiliación)</p>	<p>1/1</p>	<p>30/6</p>
<p>Evaluación</p>		<p>Modificaciones</p>		
<p>10/1: El club comunica al jefe de zona que han completaron la Iniciativa Clubes de Calidad hace dos años y no ve el beneficio de completarla de nuevo.</p>		<p>10/2: El jefe de zona informa al club que si bien revisaron / completaron la Iniciativa Clubes de Calidad hace dos años, es un proceso anual para ayudar a los dirigentes entrantes del club a refinar su plan. Se sugiere la guía del Plan para alcanzar el éxito del club (Enfoque Global de Afiliación) como alternativa.</p>		

Meta del asesor de mercadotecnia del club

Área de enfoque				
<input type="checkbox"/> Actividades de servicio		<input type="checkbox"/> Desarrollo de liderato		<input checked="" type="checkbox"/> Meta personalizada
<input type="checkbox"/> MISIÓN 1.5		<input type="checkbox"/> LCIF		
Enunciado de meta				
Para finales del próximo año Leonístico, el 50% de los clubes de nuestro distrito tendrán un asesor de mercadotecnia del club en su junta directiva para aumentar el conocimiento de uso de la marca y garantizar que nuestras comunidades entiendan el papel que desempeñan los Leones mejorando el mundo.				
Medida	Parte responsable	Recursos necesarios (miembros del equipo, tecnología, financiación, etc.)	Fecha de inicio	Fecha límite
Identificar los clubes del distrito que tengan una vacante en el cargo de asesor de mercadotecnia del club. Proporcionar la lista de los clubes al asesor de mercadotecnia del distrito (AMD).	GD	MyLCI (descarga de datos), computadora	15/5	1/6
Alentar a los presidentes de club a llenar la vacante. Tener en cuenta que el AMD ofrecerá apoyo.	GD	Teléfono / correo electrónico o el método de comunicación que se prefiera	1/6	15/6
Programar y organizar una sesión informativa para los dirigentes de club sobre la importancia, las expectativas y los recursos disponibles para orientar al asesor de mercadotecnia.	AMD	Calendario, plataforma de reuniones virtuales o si es en persona: lugar de la reunión, información de contacto de los participantes, temas de conversación, Guía interactiva de mercadotecnia para clubes	15/6	11/7
Apoyar a los dirigentes de club mientras trabajan para cubrir el cargo.	AMD, dirigentes de club	Calendario, plataforma de reunión virtual o si es en persona: lugar de la reunión, lista de posibles candidatos	11/7	21/7

Programar y organizar una reunión de la junta para examinar a los candidatos. Confirmar el nombramiento de un asesor de mercadotecnia del club para el cargo vacante.	Dirigentes del club	Calendario, plataforma de reunión virtual o si es en persona: lugar de la reunión	21/7	12/8
Hacer seguimiento con el presidente del club para confirmar si se ha designado a un asesor de mercadotecnia del club.	AMD	Teléfono / correo electrónico	12/8	15/8
Alentar a los asesores de mercadotecnia de club a desarrollar un plan estratégico de mercadotecnia anual para promover los proyectos de servicio del club y los eventos de aumento de socios.	AMD	Reunión programada, correo electrónico o el método de comunicación que se prefiera	15/8	1/11
Alentar a los asesores de mercadotecnia de club o presidentes de club a presentar los logros de mercadotecnia de sus clubes para ganar el Premio de Mercadotecnia de Lions International.	AMD	Teléfono / correo electrónico	1/9	1/12
Evaluación	Modificaciones			
12/8: Un club del distrito comunicó que no hay socios interesados en ocupar el cargo de liderato.	25/8: El GD visitó el club con el asesor de mercadotecnia del distrito para hablar sobre la importancia de este cargo y el impacto que puede tener el asesor de mercadotecnia del club en la cantidad total de proyectos de servicio, campañas de aumento de socios del club y oportunidades de capacitación del club. Al final de la visita, tres socios interesados se dirigieron al presidente del club y expresaron su interés en el cargo.			