



マーケティング・ キャンペーン・プランナー

**クラブのマーケティングは、クラブをPRし、
行っている奉仕活動について伝え、新会員を呼び込む究極の方法です。
そして、クラブのマーケティングを効果的なものにする秘訣は、
マーケティング・キャンペーンの計画を入念に立てることです。**

このプランナーの目的は、マーケティング・キャンペーンの基本的要素とそれらの
総合的な働きを理解し、最大限の成果を上げるためにお役立ていただくことです。

1. クラブの奉仕事業とその目的の説明。

2. 奉仕事業の日付は？

3. マーケティングによって達成したいことは？

4. マーケティングによって働きかけようとする対象者は？

新会員候補

寄付者

地域社会のリーダー

その他 _____

5. マーケティングの語調は？

温かく、相手を引き込む会話調（「お会いできる日が待ちきれませんー私たちのブースに立ち寄り、お声をかけてください。」）

元気よく、楽しく（「何か環境に優しいことをしていच्छいますか？立ち上がって声を上げ、一緒に環境保全奉仕を行いましょう！」）

要領よく（「私たちの次の事業に参加し、どうすれば地域社会にインパクトをもたらせるか、確かめてみませんか？」）



6.相手の心をつかみ、行動への意欲をかき立てるために役立つ主要メッセージは？

留意点：主要メッセージは、意図する相手にとって納得感のあるものにします。

マーケティングの手段と戦術

マーケティングの方法と利用する資料を理解することは、優れたキャンペーンを企画するために役立つ重要なステップです。5ページの表を使用してマーケティング・キャンペーンを企画してください。表の使い方を示し、手段と戦術のヒントになる例をいくつか挙げてあります。



留意点：企画に当たっては、事前マーケティング、会場でのマーケティング、事後マーケティングを考慮に入れるようにしてください。

留意点：マーケティング戦術を立てる時には、**正しいロゴと紋章を使用するようにしてください。**正しいものを使っているか確信が持てない場合には、lionsclubs.org/logosに公式のロゴと紋章が掲載されています。



▶マーケティングのヒント:

- **事前マーケティング:**人々をイベントに呼び込むマーケティング。
- **会場でのマーケティング:**クラブへの入会や奉仕事業への参加を呼びかけるため、会場で人々に配布するマーケティング資料。
- **事後マーケティング:**引き続き会員以外の人々に働きかけ、クラブへの支援に参加するよう奨励するため、事後に行うマーケティング・コミュニケーション。

手段:マーケティングを発信する効果的な手段を以下に挙げます。

- ソーシャルメディア
- デジタル/オンライン・マーケティング
- 印刷物によるマーケティング

戦術:効果的なマーケティング資料を以下に挙げます。

- ソーシャルメディアへの投稿
- チラシやパンフレット
- プレスリリース
- Eメール
- PRビデオ
- 郵便広告
- 景品
- 新聞またはラジオ広告
- 看板広告
- デジタル広告



マーケティング資料を作成する準備は整いましたか？準備ができれば、[「マーケティングは重要」ウェブページ](#)で役立つツールとリソースを確認してください。ブランド付きテンプレートからソーシャルメディア用の画像、PRツール、説明ビデオに至るまで、必要なすべてが見つかるでしょう。

留意点:忘れないでください。入念に計画されたキャンペーンは、ライオンズ・インターナショナル・マーケティング・アワードを勝ち取るための重要な条件です。アワードに応募するなら、このリソースに従ってキャンペーンを企画するようにしてください！



	手段	戦術	トピック	期間	責任者	予算
例	ソーシャルメディア	Facebookイベント	イベント情報	12/3-12/10	ライオン・アンナ	\$ 0
	印刷物	チラシ	イベント情報	12/3-12/10	ライオン・ビル	\$10
事前						
会場						
事後						

