



PLANERARE FÖR MARKNADSFÖRINGSKAMPANJER

Marknadsföring är ett utmärkt sätt att främja er klubb, berätta om det goda arbete som ni gör samt locka nya medlemmar.

Och nyckeln till bra klubbmarknadsföring är en välplanerad kampanj.

Den här planeraren är utformad för att hjälpa er förstå de grundläggande delarna i en marknadsföringskampanj och hur dessa samverkar för att hjälpa er att uppnå bästa möjliga resultat.

1. Beskriv klubbens serviceprojekt och dess syfte.

2. Vilket är datumet för serviceprojektet?

3. Vad vill ni att er marknadsföring ska uppnå?

4. Vilka försöker ni nå med er marknadsföring?

Potentiella nya medlemmar

Personer som kan skänka bidrag

Samhällsledare

Annan _____

5. Vilken är tonen i er marknadsföring?

Varm, engagerande, samtalsmässig ("Vi ser fram emot att träffa dig! Kom gärna förbi vår monter och säg hej".)

Rolig och med hög energi ("Hur blir man grön? Stå upp, tala ut och berätta om våra gröna hjälpinsatser!")

Professionell ("Kom med på vårt nästa projekt och se hur du kan påverka ditt samhälle".)



6. Vilka huvudbudskap kommer att hjälpa er fånga er publiks uppmärksamhet och motivera dem att agera?

OBSERVERA: Se till att era huvudbudskap känns rätt för er avsedda målgrupp.

Marknadsföringskanaler och taktik

Att veta hur ni ska marknadsföra er och vilka material ni ska använda är viktiga steg för att planera en bra kampanj. Använd tabellen på sidan 5 för att planera er kampanj. Vi har lagt till några exempel för att visa hur tabellen fungerar och ge inspiration för era kanaler och er taktik.



OBSERVERA: Var noga med att beakta er marknadsföring **före, under** och **efter evenemanget** när ni planerar.

OBSERVERA: När ni utvecklar era marknadsföringstaktiker, **se till att använda rätt logotyper och emblem.** Osäkra på om ni använder rätt varianter? Ni finner dem på lionsclubs.org/sv/logos.



► MARKNADSFÖRINGSTIPS:

- **Marknadsföring före evenemanget:** Marknadsföring som får människor att komma till ert evenemang.
- **Marknadsföring under evenemanget:** Marknadsföringsmaterial som ni ger till personer vid ert evenemang för att uppmuntra dem att gå med i er klubb eller delta i ert serviceprojekt.
- **Marknadsföring efter evenemanget:** Uppföljande marknadskommunikation för att fortsätta engagera icke-medlemmar och uppmuntra till deltagande för att stödja er klubb.

Kanaler: Här är några effektiva sätt att nå ut med er marknadsföring.

- Sociala medier
- Digitalt/marknadsföring på nätet
- Marknadsföring i tryckt form

Taktik: Här är några exempel på effektivt marknadsföringsmaterial.

- Inlägg i sociala medier
- Flygblad eller broschyrer
- Pressmeddelanden
- E-post
- Marknadsföringsvideor
- Brevutskick
- Gåvor att dela ut
- Annonser i tidningar eller radio
- Affischannonser
- Digitala annonser



Är ni redo att skapa ert marknadsföringsmaterial? Ta i så fall en titt på några av de användbara verktyg och resurser som finns på webbsidan [Marknadsföring har betydelse](#). Här finner ni allt från varumärkesmallar och grafik för sociala medier till PR-verktyg, informationsvideor och mycket mer.

Notera: Glöm inte att en välplanerad kampanj är en viktig aspekt för att vinna Lions Internationals marknadsföringsutmärkelse. Om ni ansöker om utmärkelsen, se till att använda den här resursen för att vägleda er kampanjplanering!



	Kanal(er)	Taktik	Ämne	Datum	Vem har ansvaret	Budget
Exempel	Sociala medier	Facebook-evenemang	Evenemangsinformation	3/12 - 10/12	Lion Anna	USD 0
	Tryckta material	Flygblad	Evenemangsinformation	3/12 - 10/12	Lion Bill	USD 10
Före evenemanget						
Under evenemanget						
Efter evenemanget						

