

Program om marknadsföringsanslag (Verksamhetsår 2024-2025)

Formuläret ej tillämpligt för distrikt

Effektiv marknadsföring och effektiva PR-program kan göra betydande skillnad i hur Lions medlemmar engagerar allmänheten och hur allmänheten ser på Lions. Program om marknadsföringsanslag kan stödja ditt multipeldistrikt eller ditt enkeldistrikt och dess distriktsomfattande marknadsföring och PR-aktiviteter. Alla ansökningar kommer att granskas av marknadsföringskommittén avseende möjlig påverkan i klubbar och bland medlemmar samt på medlemstillväxt, insatsernas omfattning, värde och förmåga att öka allmänhetens kännedom om Lions.

Programmets datum

1 juli	Nya ansökningar om marknadsföringsanslag kan skickas in. Programmets anslagsmedel görs tillgängliga.
15 juli	Slutrapporter från anslagsmottagare föregående verksamhetsår ska vara oss tillhanda.
September 15	Sista datum att ansöka om ett marknadsföringsanslag för innevarande verksamhetsår.
Oktober	Marknadsföringskommittén granskar alla anslagsansökningar samt beviljar anslag baserat på möjlig påverkan i klubbar och bland medlemmar samt på medlemstillväxt, insatsernas omfattning, värde och förmåga att öka allmänhetens kännedom om Lions.

Kategorier i ansökan som granskas

Alla ansökningar om anslag granskas i oktober och beviljas efter eget gottfinnande av marknadsföringskommittén.

Programmet måste påverka hela multipeldistriktet eller enkeldistriktet. Extra hänsyn kommer att tas till program som genomförs av en hög procentandel av klubbarna inom multipeldistriktet eller enkeldistriktet, planer som fokuserar på MISSION 1.5-målen och de som involverar leoklubbar i de föreslagna marknadsförings- eller PR-aktiviteterna.

Ansökan om marknadsföringsanslag granskas i följande kategorier:

- **OMFATTNING**—Omfattning avser förmåga att engagera en stor procentandel av externa målgrupper (ej medlemmar), såsom journalister, mediakonsumenter (t.ex. tv-tittare, tidningsläsare), sociala medier eller webbplatsbesökare.
- **MEDVETENHET OM VARUMÄRKET**—Medvetenhet om varumärket avser hur framträdande och hur ofta Lions Internationals varumärke kommer att visas under de föreslagna anslagsaktiviteterna. Exempel på medvetenhet om varumärket kan vara att ta fram annonser, videor, marknadsföringsmaterial eller broschyrer som innehåller Lions Internationals varumärke med officiella färger, logotyper och/eller emblem.

- **TILLVÄXT**—Tillväxt avser hur sannolikt det är att föreslagna anslagsaktiviteter kommer att resultera i nya medlemmar och/eller nya klubbar.
- **VÄRDE**—Marknadsföringskommittén kommer att bedöma om det anslagsbelopp som söks är lämpligt för de föreslagna anslagsaktiviteterna. Vänligen bifoga prisuppgifter och/eller uppskattad budget tillsammans med ansökan, närhelst detta är möjligt.

Anslagskriterier

Total budget för detta program uppgår till USD 500 000 varje år. Följande tabell anger anslagsbegränsningar fastställda av marknadsföringskommittén.

Anslagsbegränsningar per anslagskategori

Anslagskategori	Högsta anslagsbelopp	Första utbetalningsbelopp	Andra utbetalningsbelopp	10 % matchning krävs
Tillfälliga zoner – Samordningslön måste skicka in ansökan	USD 1 500	USD 1 500	N/A	Ja USD 150
Tillfälliga regioner – Samordningslön måste skicka in ansökan	USD 3 000	USD 3 000	N/A	Ja USD 300
Andra ej distriktsindelade områden – Samordningslön måste skicka in ansökan	USD 3 000	USD 3 000	N/A	Ja USD 300
Enkeldistrikt** (ej del av ett MD)	USD 5 000	USD 3 500	USD 1 500	Ja USD 500
Multipeldistrikt	USD 15 000	USD 10 000	USD 5 000	Ja USD 1 500

**Distrikt i ett multipeldistrikt måste ansöka om anslag som en del av multipeldistriktet och kan inte ansöka separat.

Beviljade ansökningar om marknadsföringsanslag från enkeldistrikt och multipeldistrikt kommer att erhålla en del av sitt beviljade anslag som en förskottsutbetalning varefter en andra utbetalning kommer att genomföras efter det att alla marknadsföringsaktiviteter har avslutats och en slutrapport har ankommit.

Alla mottagare av marknadsföringsanslag måste bidra med minst 10 % i matchande medel till sitt beviljade anslag. Vänligen läs avsnittet om anslagsbegränsningar i programmets vägledning för mer information. Slutrapporten måste på ett tydligt sätt dokumentera matchningen på 10 %. Anslagsmottagarens matchande medel på minst 10 % måste komma från multipeldistrikt, enkeldistrikt, zoner, regioner eller områden och inte från donerade varor eller tjänster.

Alla anslagsmedel måste ha förbrukats senast den 30 juni det verksamhetsår anslaget beviljades och ej använda medel måste returneras till Lions International senast den 15 juli efterföljande verksamhetsår. Klubbar i USA och tillhörande länder måste skicka in [formulär W-9](#).

Regler om marknadsföringsanslag, kvalificering och riktlinjer om slutrapport

Regler för program om marknadsföringsanslag

Anslag får endast användas till marknadsföring, PR och/eller annonsering samt måste använda antingen Lions Internationals material eller lokalt material, vilket måste vara godkänt av PR-avdelningen vid Lions International.

Ansökningar om marknadsföringsanslag godkänns efter marknadsföringskommitténs eget gottfinnande. När marknadsföringskommittén har godkänt din ansökan får du inte avvika från de godkända marknadsföringsaktiviteterna utan skriftligt godkännande från marknadsföringskommittén.

Du kan inte ansöka om anslag för marknadsföringsaktiviteter som pågår eller som redan har avslutats vid tidpunkten för ansökan.

Mottagare av anslag måste:

- Tydligt använda och visa Lions logotyp i sitt marknadsföringsmaterial.
 - Dela illustrationer med Lions International innan de produceras.
 - Följa Lions Internationals riktlinjer om varumärket samt använda officiella logotyper.
- www.lionsclubs.org/sv/brand.

En ordförande för programmet måste utses när ansökan skickas in och en samordnad PR- och programkommitté måste ha utsetts innan den första utbetalningen skickas från Lions International.

I multipeldistrikt är det guvernörsrådsordföranden som ska underteckna ansökan efter det att han/hon har fått godkännande från samtliga distriktsguvernörer. Programmets ordförande måste också underteckna ansökan. I enkeldistrikt ska både distriktsguvernören och programmets ordförande underteckna ansökan. En samordningslion måste underteckna ansökan från tillfälliga zoner, tillfälliga regioner och andra ej distriktsindelade områden.

Marknadsföringsanslag kan användas till att finansiera PR, annonsering eller marknadsföringsinsatser till externa målgrupper (ej medlemmar) och till media. Exempel på godkända kostnader inom marknadsföringsanslaget kan vara:

- Att skapa broschyrer eller flygblad för att marknadsföra ett kommande serviceprojekt

- Att anlita leverantörer eller PR-byråer att genomföra PR, marknadsföring, annonsering eller digitala kampanjer
- Inköp av artiklar med varumärket på som delas ut till allmänheten vid ett evenemang
- Produktionskostnader för marknadsföringsmaterial, såsom tryckning och frakt
- Kostnader för produktion av video eller webbplats
- Externa marknadsföring eller PR-insatser som fokuserar på yrkesverksamma inom media eller allmänheten

Marknadsföringsanslag kan inte användas till:

- Finansiera serviceaktiviteter (t.ex. köpa in mat till en matbank)
- Köpa in klubbrekvisita
- Utmärkelser i kontanter eller donationer
- Interna möten, utbildning eller kommunikation endast till Lions medlemmar
- Inköp av någon vara eller tjänst som inte är relaterad till de godkända aktiviteterna i marknadsföringsanslaget

Kvalifikation

Multipeldistrikt, enkeldistrikt som inte ingår i ett multipeldistrikt, ej distriktsindelade zoner samt tillfälliga områden och zoner är kvalificerade att ansöka om anslag för marknadsföring.

Bra idéer för anslag kan komma från många olika håll, men för närvarande är inte lionklubbar, enskilda lionmedlemmar eller distrikt inom ett multipeldistrikt berättigade att ansöka om anslag för marknadsföring. Om du har en idé för ett marknadsföringsanslag ska du kontakta din guvernörsrådsordförande eller samordningslion.

Riktlinjer om slutrapport

Inom 30 dagar efter det att projektet har avslutats måste anslagsmottagaren skicka in en detaljerad slutrapport. Slutrapporter kan skickas in på webbplatsen via följande länk <https://lionsclubs.jotform.com/222704539815055?language=sv>. Anslagsmottagare som inte skickat in sin slutrapport kommer inte vara kvalificerade till framtida marknadsföringsanslag.

Slutrapporter måste ankomma senast den 15 juli efterföljande verksamhetsår. Lions Internationals verksamhetsår löper från och med den 1 juli till och med den 30 juni.

Slutrapporten består av tre delar.

Slutrapportens delar	
Avsnittets ämne	Föreslagna detaljer i avsnittet
Avsnitt 1: Projektets utvärdering	Ge en detaljerad översikt över programmet. ☐ Vad var syfte och mål? ☐ Beskriv alla aktiviteter som har genomförts och/eller allt material som har producerats.

	☐ Bifoga exempel på marknadsföringsmaterial som skapats, pressmeddelanden, foton, videor, medieklipp och "inbound marketing" (sökmotoroptimering, marknadsföring i sociala medier och innehållsmarknadsföring till personer som redan visar nyfikenhet/intresse).
Avsnitt 2: Projektets påverkan	Dela alla relevanta data om programmets aktiviteter. Dessa data kan omfatta: ☐ Antal nya medlemmar ☐ Målgruppens återkoppling ☐ Antal nyhetsartiklar som har publicerats ☐ Antal besök i sociala medier
Avsnitt 3: Projektets ekonomi	Tillhandahåll detaljerad bokföring över hur anslagets medel har använts. ☐ Redovisa alla kostnader och det totala belopp som har använts i projektet ☐ Måste tillhandahålla kopior av alla kvitton och betalda fakturor för varje rad i tabell/kalkylblad ☐ Visa hur de matchande medlen om 10 % har använts i detta program

Har du frågor? Vårt team finns här för att hjälpa dig.

Vårt team finns alltid här för att hjälpa dig besvara frågor eller tillhandahålla vägledning om marknadsföringsanslag. Du kan kontakta oss via e-post publicrelations@lionsclubs.org.