



## Planering för marknadsföring och information i Distrikt 101 O

Första steget är att skapa kanaler till samtliga klubbar i distriktet för att kunna skicka och ta emot information. Detta gör vi bäst genom att varje klubb utser en PR/Marknadsansvarig. Med början nu kommer vi kontakta samtliga klubbar i det nya distriktet för att säkerställa att detta kommer på plats till nästa verksamhetsår.

Med detta på plats kommer vi göra inventeringar av de media kontakter de olika klubbarna har. Vi ger också klubbarna en kanal för att ställa frågor och få ev hjälp med sin marknadsföring och information.

Distriktets hemsida skall vara ett stöd för klubbarna i deras arbete. Hemsidan kommer att innehålla hjälpmedel och verktyg för klubbarnas arbete med marknadsföring och information. Informationen på hemsidan skall spegla de aktiviteter som just nu är aktuella i distriktet, nationell och internationellt.

För en strategi för marknadsföring och information behövs svar på några frågor:

- **Målet?**
- **Vem?**
- **Vad?**
- **Hur?**
- **När?**

### **Målet?**

Vilket är målet med det vi vill förmedla? Viktigt att vara tydlig här för att kunna svara på de följande frågorna.

### **Vem?**

Vem är det som är mottagare av det vi vill presentera?

Vill informera allmänheten om vårt fantastiska arbete för att kunna värva fler medlemmar och att fler skall vara villiga att lämna bidrag till våra aktiviteter?

Vill informera våra medlemmar om vad som händer inom organisationen? Det är också viktigt att vi syns i media för att skapa en stolthet bland våra medlemmar att vara en del av denna fantastiska organisation.

### **Vad?**

Vad är budskapet denna gång?

Vilket är bästa sättet att presentera just detta budskap?

Vad vi vill skall nå ut till allmänheten och hur skall detta presenteras?

### **Hur?**

Hur skall vi nå ut med budskapet dvs vilka medier skall vi använda oss av?

Vilka medier är bäst för nå målgruppen för just detta budskap?

Till exempel:

- Distriktets hemsida
- Sociala medier som tex Facebook, Twitter, Instagram med många fler (Skall distriktet skapa egna?)
- Lokaltidningar
- Lokal TV
- Lokalradio



### **När?**

När skall informationen gå ut?

För att få bästa möjliga genomslag av informationen bör den samordnas över så stor del av distriktet som möjligt.

### **Marknadsgruppen planering och målsättning.**

Utifrån dessa och andra frågeställningar kommer marknadsgruppen ta fram ett förslag till strategi för distriktet att jobba efter med marknadsföring och information.

Marknadsgruppen står till förfogande för att hjälpa klubbar, kommittéansvariga och övriga i distriktet med frågor om marknadsföring och information.

Den långsiktiga målsättningen för distriktets marknadsgrupp är att skapa en större medvetenhet hos allmänheten om vad Lions är och gör. Men även säkerställa att Lions medlemmarna i distriktet är väl informerade om allt inom Lions organisationen.

I distriktets strategi för verksamhetsåret 2019/2020 så bör vi utgå ifrån Lions kalendern. I den finns tex Lions dagen den 8 oktober. Målet skulle kunna vara att starta en tradition där samtliga klubbar i distriktet kommer vara aktiva denna dag. För att göra detta möjligt är det viktigt att vi är ute tidigt med information om att detta skall göras. Då ger det möjlighet för klubbarna att planera in en aktivitet i sin egen kalender för denna dag. Syftet med att få alla klubbar delaktiga just en specifik dag är naturligtvis att få så stort genomslag som möjligt. Informationen runt dessa aktiviteter kan då samordnas. Första året kanske vi inte får med oss alla men om detta görs konsekvent varje år så bör det på sikt kunna skapa en tradition och en förväntan från allmänheten som i sin tur kommer skapa en större medvetenhet om Lions som organisation.

Detta kommer innebära att samarbetet mellan klubbarnas marknadsansvariga måste fungera bra. Därför är det viktigt att så snart som möjligt se till att samtliga klubbar i distriktet har en marknadsansvarig utsedd och registrerad i MyLCI. Man bör även se över möjligheten att skapa en marknadsansvarig på Zonerna för att ytterligare underlätta kommunikation och samarbete.

Distriktets marknadsgrupp kommer att verka för att se till att det går ut pressreleaser även vid lokala aktiviteter i klubbarna till berörda lokala medier. Detta kommer naturligtvis göras i samverkan med berörda klubbar och utifrån behovet. Tanken med detta är att desto fler kommunikationer som görs med media på olika sätt desto stör bör möjligheten vara att vi syns och når ut med vårt budskap.

Målsättningen för reklam/annonsering som görs inför våra olika aktiviteter bör vara att den är gjord efter samma mall så att den känns igen från gång till gång. Målsättningen är att vi en första anblick så skall man veta att detta är ett meddelande från Lions. Sedan kommer naturligtvis innehållet skilja sig från gång till annan.

För att det skall finna aktuell information för de olika distriktets olika aktiviteter, projekt och kommittéer så skall respektive ansvarig se till att denna kommer till marknadsgruppen för publicering. Marknadsgruppen kommer naturligtvis hjälpa till vid behov med utformning och annat om så önskas.

Bra att veta är att det pågår ett arbete med att få igång en marknadsgrupp på MD nivå. Gruppen är skapad och håller på att se över hur den skall verka.

Stockholm 2019-03-14

Tomas Johansson  
PRC Distrikt 101 A