



30 IDEAS DE MERCADEO

¿Su club mantiene en secreto el servicio que presta?

En las siguientes páginas, encontrará sobradas muestras de buenas noticias. Se han incluido treinta ideas de mercadeo, distribuidas en categorías que van desde exposiciones y mercadotecnia hasta mercadotecnia directa, que fueron diseñadas para ayudarlo a captar nuevos socios y promocionar su club. Alentamos a su club a seleccionar una categoría por mes, poner en marcha una de las actividades sugeridas durante ese mes en particular y, luego, llevar un registro de los resultados en materia de aumento de socios que obtenga. Coincidirá con nosotros en que las actividades mensuales compensarán el esfuerzo, tanto en cantidad de socios como en conocimiento público.

Su club decide si ha de develar su labor a la comunidad. Usted decide si compartirá su orgullo de ser León.

Exposiciones y mercadotecnia

1. **Patrocinar una caseta en un evento especial.** Piense en el impacto que su club podría causar en el próximo encuentro médico, festival o muestra de ideas para el hogar que se realice en su comunidad. La presencia en un evento conecta al club con ese evento, su tema, los concurrentes... Exhibir fotografías de proyectos del club y distribuir información de afiliación a los participantes ayudarán a difundir la labor de su club.
2. **Exhibir en un lugar público.** ¿Desea que el club se vea habitualmente en el mismo lugar? Seleccione un espacio en un centro comercial o frente a un establecimiento comercial conocido: utilice su imaginación al seleccionar un espacio público que sea adecuado para el club. Distribuya información sobre el próximo proyecto e invite a las personas a participar.
3. **Colocar un mostrador de información en el próximo proyecto.** Cuando participa en un proyecto de servicio, los demás pueden ver su trabajo en vivo y en directo y, al mismo tiempo, consultar sobre la afiliación, leer información sobre el Leonismo y considerar la posibilidad de comenzar a servir.
4. **Utilizar la información de socios potenciales.** ¿Obtuvo información en las exposiciones y campañas de mercadotecnia? Utilice la información de contacto de quienes expresaron interés en el Leonismo. Organice un sorteo entre las personas que se detuvieron en la caseta o en el mostrador de información. Agregue sus nombres a la lista de correo actualizada del club. Comuníquese a los interesados las opciones de participación.

Publicidad y anuncios de servicio público

5. **Publicar un aviso en el periódico local.** Coloque un aviso de convocatoria en el departamento de publicidad del periódico local, para que se sepa que busca socios. Los representantes del departamento de publicidad del periódico le informarán del costo del anuncio, lo ayudarán a publicarlo en un lugar visible y, si es necesario, diseñarán un aviso específicamente para el club.
6. **Publicar un aviso en revistas escolares y de la comunidad.** A menudo, la información del club tendrá una buena acogida en un boletín escolar, especialmente si el club se asocia a esa escuela para llevar adelante proyectos de servicio. La publicación de un aviso de estas características creará un vínculo directo entre el sistema escolar o comunitario y el club.
7. **Crear una muestra en un punto de ventas.** Busque el consentimiento de propietarios de establecimientos comerciales locales para colocar folletos del club en un soporte cercano a la caja registradora. Recuerde que si coloca información en un comercio, su club quedará asociado a dicho comercio y a sus clientes.
8. **Difundir información por radio.** Invite a una estación de radio a realizar la transmisión desde el próximo evento especial o pídale que transmita uno de los anuncios de servicio público de Lions Clubs International que se encuentran disponibles en la División de Relaciones Públicas y Producción. Obtenga acceso a los anuncios de servicio público en línea visitando el sitio en la Red de LCI (www.lionsclubs.org) y escribiendo “Anuncios radiales” en el campo de búsqueda.

9. **Colocar carteleras/publicidad móvil.** Las carteleras y la publicidad móvil también son medios útiles para reafirmar la presencia del club. Obtenga acceso a este tipo de avisos en línea visitando el sitio en la Red de LCI (www.lionsclubs.org) y escribiendo “Ilustraciones de carteleras” en el campo de búsqueda.
10. **Utilizar las Páginas Amarillas y los directorios.** Coloque el número de teléfono del club en las Páginas Amarillas y en otros directorios de servicio, de manera que sea fácil encontrarlo. (Si no desea utilizar el número de teléfono particular de un socio en estos listados, considere la posibilidad de adquirir una línea adicional que se dirija a un contestador automático).
11. **Transmitir anuncios de servicio público por televisión.** Primero intente colocar los avisos en la estación televisiva con acceso público local. En la estación, comuníquese con el director de asuntos públicos o servicios a la comunidad y pregúntele si le quedan minutos por completar. Los anuncios de servicio público están disponibles en la División de Relaciones Públicas y Producción. Obtenga acceso a los anuncios de servicio público para televisión en línea visitando el sitio en la Red de LCI (www.lionsclubs.org) y escribiendo “Anuncios televisivos” en el campo de búsqueda.
12. **Utilizar la revista THE LION.** ¿Recibe una copia adicional de la revista THE LION todos los meses? ¿Ha terminado de leer su copia personal? Considere la posibilidad de donar la revista a una biblioteca o de dejar las copias adicionales en consultorios médicos, odontológicos o afines.
13. **Diseñar una página web.** Difunda al club por Internet. En el sitio, incluya información sobre los proyectos, información de contacto del club y los pasos que un socio potencial debe realizar para convertirse en León. Empiece ya mismo a crear su sitio en la Red. Vaya a Lionnet (www.lionnet.com) para obtener más información.
14. **Publicar información sobre el club en paquetes de folletería de bienvenida que distribuyen los organismos locales o las cámaras de comercio.** Muchas veces, cuando nuevos residentes se establecen, buscan formas de familiarizarse con la comunidad.

Relaciones con los medios de comunicación

15. **Redactar un comunicado de prensa.** Comuníquese a la comunidad cuáles serán los próximos eventos, programas y premios. LCI ha diseñado varias plantillas con comunicados de prensa para rellenar que pueden ayudarlo en esta tarea. Obtenga acceso a las plantillas de los comunicados de prensa en línea visitando el sitio en la Red de LCI (www.lionsclubs.org) y escribiendo “Comunicados de prensa” en el campo de búsqueda.
16. **Publique una reseña.** ¿Hay alguna persona de su club que haya obtenido logros sorprendentes como León? ¿Está al tanto de proyectos Leonísticos que estén causando una diferencia extraordinaria en la comunidad? En ese caso, es el momento ideal de escribirle al redactor o a un periodista del periódico local para que se publique un artículo sobre el club.

Puede enviar una carta que atraiga la atención del redactor o periodista por correo electrónico o por teléfono. Estas cartas no suelen narrar o contar un evento en particular; en cambio, tienen como objetivo capturar el interés del periodista por dar cobertura al tema.

Si desea obtener más información sobre los comunicados de prensa o las formas de atraer la atención de los medios hacia un evento en particular, comuníquese con la División de Relaciones Públicas y Producción al teléfono (630) 571-5466, extensión 327, o envíe sus preguntas por correo electrónico a pr@lionsclubs.org.

Presentaciones grupales

17. **Reproducir presentaciones audiovisuales.** Exhiba lo que el Leonismo hace por las comunidades. Seleccione la presentación que sea más adecuada para su club. Muéstrala a grupos tales como la Asociación de Padres y Maestros, organizaciones con intereses cívicos y otras entidades que puedan estar interesadas en participar. Solicite presentaciones audiovisuales visitando el sitio en la Red de LCI (www.lionsclubs.org) y escribiendo “Presentaciones audiovisuales” en el campo de búsqueda.

Contacto personal

18. **Realizar presentaciones personales.** Ofrézcase para hablar sobre el club en eventos comunitarios y otros foros en los que participen dirigentes de la comunidad y ciudadanos que tengan inquietudes cívicas. Explique en qué medida los Leones han colaborado con la comunidad y describa los proyectos de servicio que actualmente patrocina.
19. **Reclutar en persona.** Reúnase con un socio potencial individualmente para informarle del club. Invítelo a participar en la siguiente reunión o proyecto del club. Realice un seguimiento de las consultas que presenten los socios potenciales y que usted reciba de Lions Clubs International.

Mercadotecnia directa

20. **Llamar a las personas.** Obtenga un listado de las personas que podrían beneficiarse de un programa en particular (por ejemplo, los nombres de quienes viven cerca de un parque que se restaurará o de un arroyo que se limpiará) y llámelas para que sepan qué actividades realizará el club por la comunidad. Invítelos a participar en el proyecto.
21. **Escribir cartas.** Cree una lista de correo que incluya a personas que hayan participado en proyectos anteriores, así como una lista de personas que quisiera invitar a afiliarse al Leonismo. Envíeles una carta que detalle las actividades del club y pídale que se comuniquen con usted en caso de estar interesados en participar en una reunión.
22. **Realizar boletines del club.** Envíe por correo un número especial del boletín del club a socios potenciales. Describa los logros del club y anuncie los planes futuros.
23. **Distribuir anuncios de proyectos.** Envíe anuncios que detallen una actividad especial a personas que puedan beneficiarse de ese programa. Invítelos a participar en el proyecto y a averiguar más sobre el club.

Campañas de aumento de socios

24. **Participar en programas de premios patrocinados por Lions Clubs International.** Aproveche al máximo los programas de premios creados por Lions Clubs International planificando un evento especial y fomentando la participación del público. Los programas de premios son: el Programa Permanente de Aumento de Socios, la Campaña Presidencial de Retención y el Programa de Premios Llave por Aumento de Socios.
25. **Organizar concursos del club.** Crear una competencia del tipo “¿Quién puede invitar a la mayor cantidad de nuevos socios?” muchas veces resulta una actividad predilecta y fructífera para los clubes de Leones. ¿Tendrá buena acogida en su club?

Rápida investigación del mercado

26. **Realizar una evaluación de las necesidades de la comunidad.** Quizás la mejor manera de reclutar y retener socios sea creando vínculos entre su club y la comunidad. Una evaluación de las necesidades de la comunidad (MK-9) puede ayudar al club a descubrir nuevos proyectos, que sean de especial importancia y necesidad para la comunidad. El MK-9 está disponible en el Departamento de Clubes Nuevos y Mercadotecnia. Obtenga acceso al documento Evaluación de las necesidades de la comunidad y a otras publicaciones visitando el sitio en la Red de LCI (www.lionsclubs.org) y escribiendo “Nuevas publicaciones del club” en el campo de búsqueda.
27. **Mantener a ex socios en la lista.** Envíe el boletín y otros anuncios a ex socios para mantenerlos actualizados sobre las actividades del club. Invítelos a los eventos del club e inclúyalos en oportunidades de participación voluntaria.
28. **Supervisar la actividad de los socios.** ¿Conoce a algún León que esté inactivo, que no concurra a reuniones ni participe en proyectos de servicio? Hable con este socio. Hágale saber que usted está pensando en él y que le gustaría hacer que su experiencia en el Leonismo sea mejor.
29. **Realizar una valoración de las necesidades del nuevo socio o del socio potencial.**

Valoración de las necesidades del nuevo socio: identifique qué motivó la participación de cada nuevo socio y ayúdelo a alcanzar sus metas. Aliéntelo a utilizar su talento y sus habilidades incluyéndolo en proyectos que le resulten gratificantes.

Valoración de las necesidades del socio potencial: ¿conoce qué motiva a las personas de su comunidad al contemplar la posibilidad de convertirse en socio de una organización cívica? Piense en diseñar un cuestionario destinado a no socios. Tal vez encuentre información muy interesante sobre la manera en que el club puede captar nuevos socios.

30. **Realizar una encuesta.** La Encuesta de satisfacción del ex socio incluye un cuestionario que debe responder un socio del club designado junto con el socio que da de baja su membresía y también una hoja de instrucciones para guiar al club en el proceso de entrevista. Cree una atmósfera donde sus Leones se sientan menos inclinados a dar de baja la membresía. Obtenga acceso a la Encuesta de satisfacción del ex socio visitando el sitio en la Red de LCI (www.lionsclubs.org) y escribiendo “Encuesta de satisfacción del ex socio” en el campo de búsqueda.

Desarrollo de una campaña de mercadotecnia de aumento de socios

Paso 1: Identificar los mercados objetivo

Un mercado objetivo es el público o el grupo que planea captar. Tenga en cuenta los siguientes grupos:

Público en general	Socios comerciales
Derivaciones de socios	Familia
Amigos	Voluntarios no socios
Jubilados	Educadores
Dirigentes de la comunidad	Benefactores de programas

Paso 2: Examinar y analizar programas anteriores

Reúna información sobre programas anteriores de retención y aumento de socios. Examine la eficacia de cada programa y analice las maneras de mejorarlos. Asegúrese de incluir los programas más eficaces en su nuevo plan.

Paso 3: Diseñar la estrategia

Seleccione un mercado objetivo y luego explique de qué manera el club se acercará a cada grupo. Piense. Esto se puede lograr de varias maneras. Por lo general, resulta más eficaz combinar diferentes técnicas. Asegúrese de incluir las técnicas mencionadas en este folleto. Tal vez desee abordar cada mercado objetivo con una o varias técnicas diferentes.

Mercados	Estrategia	Plan de acción	¿Cuándo?
Público en general	Radio	Difundir en un evento especial	Enero
Voluntarios no Leones	Directo Correo	Enviar boletín de un número especial	Febrero

Paso 4: Asignar un presupuesto

Examine el plan escrito e identifique elementos que influirán en el presupuesto. Contemple los gastos y calcule el costo total de cada proyecto. Luego, obtenga la aprobación para proceder con cada uno de los gastos. Adjunte el presupuesto escrito al plan.

Paso 5: Delegar

Designa un socio que se responsabilice de cada elemento descrito en el plan. Explíquese sus responsabilidades y el tiempo en el cual se esperan resultados. Asegúrese de que cada socio conozca los detalles de sus responsabilidades y capacítelo si es necesario.

Paso 6: Seguimiento

Solicite un informe de estado en cada reunión para supervisar el progreso del programa. Si sospecha que ha ocurrido algún problema, hable con los integrantes del comité en privado. Resuelva los problemas y ofrezca ayuda tan pronto como le sea posible para que el programa siga su curso. Supervise los resultados y anote los cambios que se deberían aplicar a futuros programas.

*¡Comparta sus logros!
¡Nos gustaría saber de USTED!*



Lions Clubs International

Membership Operations Department,
Lions Clubs International
300 W 22nd St
Oak Brook, IL 60523-8842, USA
www.lionsclubs.org
Correo electrónico: memberops@lionsclubs.org
Teléfono: 630.571.5466