



## Líderes entre Líderes: Clubes Modelo

“Incentive todos os clubes a se tornarem um Clube Modelo, mesmo que se tornar um clube líder da campanha pareça um esforço muito grande. Não decida por seus associados. Com o compromisso dos Leões, uma liderança sólida e uma atitude positiva, seu clube *pode* fazer isso.” Essas palavras do Ex-Diretor Internacional (PID) Joe Gaffigan são conselhos sólidos de um líder que esteve lá.

PID Gaffigan adotou essa abordagem em seu clube de origem, o Lions Clube de Glenn Dale, Maryland, EUA. Embora admita que o compromisso de angariação de fundos para o Clube Modelo seja ambicioso - uma média de pelo menos US\$ 250 por associado a cada ano da Campanha 100, para um total de pelo menos US\$ 750 - ele se recusou a excluir seu clube. A estratégia coletiva para levantar fundos, junto com o reforço positivo e o incentivo da liderança, foi o que finalmente deu aos associados do seu clube a confiança para abraçar o desafio do Clube Modelo da Campanha 100.

O PID Magnet Lin ofereceu seu próprio conselho aos Leões do DM-300 Taiwan. “Veja o compromisso financeiro desta forma: em três anos, um compromisso de US\$ 750 é somente US\$ 21 por mês. Vários Leões podem fazer esse pequeno sacrifício facilmente para nossa Fundação e, mais importante, para aqueles que se beneficiarão dos subsídios e serviços que nossas doações vão impulsionar,” disse ele. “Precisamos incentivar nossos companheiros Leões a se comprometerem com este nível de compaixão, fazendo nossos clubes se tornarem Clubes Modelo.”

Aderindo ao chamado para os clubes liderarem as doações, estava PID A.P. Singh. “Sabemos que a meta de angariação de fundos é agressiva, mas quando nos reunimos como Clubes Modelo, *podemos* alcançar isso!” disse Singh, cujo clube, Calcutta Vikas, se comprometeu em angariar impressionantes US\$ 31.500 para a Campanha 100. “O Presidente do Conselho de Curadores de LCIF e Ex-Presidente Internacional imediato Dr. Aggarwal convidou todos os Leões a aderirem ‘à força de cada um’ e estarem cientes de que uma única doação continuada, de apenas US\$ 2 a cada semana, se torna uma doação poderosa ao longo do tempo. Talvez você não possa contribuir com US\$ 750 de uma vez, mas você provavelmente pode compartilhar US\$ 2 por semana.”

Como um líder da Campanha 100, um primeiro passo sólido para gerar a participação de Clubes Modelo é ajudar seus próprios associados de clube a superarem a incerteza que eles possam sentir. Fale com os associados de clube de forma positiva e com frequência sobre a campanha e sobre os benefícios de se tornar um Clube Modelo. Os ajude a definir um caminho claro - processos e etapas alcançáveis - para alcançar o status de Clube Modelo, sucesso e reconhecimento. E claro, incentivar outros a seguirem seu exemplo. Lembre-se também que:

- As doações recebidas no ano Leonístico de 2017-2018 contam para a meta da campanha, US\$ 300 milhões.
- As doações extraordinárias e principais dos associados do seu clube contam para as suas metas de clube.
- Os Formulários de Promessa de Clube Modelo devem ser assinados e enviados até 30 de junho de 2021.
- Os clubes têm até 30 de junho de 2022 para garantir as doações e promessas e alcançar sua meta de Clube Modelo.
- Os recursos do Clube Modelo - livretos, manual, formulários de promessa, documento de perguntas e respostas, apresentações e lista de verificação para a seleção de Clube Modelo - estão disponíveis para os líderes como você para criarem uma rede de relacionamentos do Clube Modelo nos seus distritos e além.



CAMPAIGN | 100  
LCIF • EMPOWERING SERVICE<sup>SM</sup>

Lions Clubs International Foundation | 300 W. 22nd St. Oak Brook, IL 60523-8842 USA | +1.630.571.5466

Confira os materiais de Marketing dos Clubes Modelo, como o Formulário de Promessa de Clube Modelo, no site da Campanha 100: [lCIF.org/BE100](https://lCIF.org/BE100). Conforme materiais novos e materiais e idiomas adicionais se tornarem disponíveis, eles serão acessíveis via este link.

Os Clubes Modelo foram fundamentais para garantir mais de 40% dos fundos angariados durante nossa última campanha de capital. Vamos bater essa marca de 40% e ver como a nossa Fundação impulsiona nosso serviço por meio de centenas de milhões de dólares em doações que transformam vidas.

