

# 透過「採取行動的人」的活動，訴說扶輪的故事



## 如果有人問你有關扶輪的事，你會如何回應？

我們最新的「採取行動的人」公共形象活動，就是要讓你能快速正確地回答這個問題。

「採取行動的人」重點在於扶輪社員勇於採取行動，在挑戰中看到希望。當其他人看到問題的時候，我們看到的是解決方案，並且動員社區來落實想法。

透過這項活動，每個扶輪社，不管規模或年資，都能夠侃侃而談自己的故事，以及對於社區的影響力。各個扶輪社透過廣告與電子影像等活動文宣，能夠打造屬於自己的「採取行動的人」故事。當越來越多扶輪社分享自己的故事，我們就能夠告訴越多人，扶輪為全球帶來的影響力。

## 我們為何要這麼做？

由於全球扶輪社員的努力，以及我們致力於打造全球品牌的努力，最新的調查顯示，認識扶輪的人數比例已經從 2012 年的 60%，提升到 2015 年的 75%。

但是我們還要持續努力，我們最近一份的

全球調查顯示，雖然有越來越多人認識扶輪，但是大眾還是不清楚我們在做什麼，事實上，全球有 35% 的受訪者表示，他們不確定扶輪在做什麼，也不清楚扶輪主要的目標為何。

## 您能做什麼？

身為扶輪領導人，您就是扶輪的品牌大使，我們需要仰賴各位幫助我們，把扶輪的故事宣揚其能力與信譽，跟所屬的社區分享您採取行動的故事。

國際扶輪傳播委員會的成員 Dinesh Gajeelee 表示：「身為扶輪社員我們所擁有的故事之聚合的力量，能夠幫助我們澄清別人對我們是誰與我們做些什麼的成見與誤解，並且更有效地吸收非扶輪社員。這可以幫助他們更了解我們所支持的計畫，以及他們對當地社區及全球所帶來的影響力。」

請上 [rotary.org/brandcenter](http://rotary.org/brandcenter)，下載「採取行動的人」活動廣告與文宣。