

PROGRAM EWANGELICZNI – TWÓJ KOŚCIÓŁ ZOSTANIE ZAUWAŻONY!

Pytania i odpowiedzi

„Idźcie na cały świat i głoście Ewangelię wszelkiemu stworzeniu.”

Ewangelia Marka 16:15

Zapraszamy do udziału w Programie EWANGELICZNI, który zbuduje świadomość istnienia Twojej wspólnoty w lokalnym środowisku oraz misji, którą realizujecie. Program skierowany jest do współczesnych Polaków i wykorzystuje najbardziej popularne kanały komunikacyjne, czyli media społecznościowe.

To pierwszy taki Program w Polsce, w którym chcemy w praktyce zastosować biblijne zasady jedności i współpracy między ewangelicznie wierzącymi chrześcijanami, aby wspólnie przedstawić się polskiemu społeczeństwu.

Przygotowując ten Program, robimy co w naszej mocy, by udostępnione materiały były wysokiej jakości, efektywne, zauważalne i wzbudzały pozytywne zainteresowanie lokalnymi ewangelicznymi wspólnotami.

Jako że realizujemy ten projekt po raz pierwszy, bacznie będziemy obserwować efekty naszych wspólnych działań. Jesteśmy gotowi na sugestie, korektę i z pokorą przyjmujemy uwagi – wszystko to dla dobra projektu i poczucia efektywnie wykorzystanych zasobów.

Jednocześnie powinniśmy mieć na uwadze, że mogą się zdarzyć sytuacje, kiedy materiały, jakie będą przygotowane w ramach Programu, będą dla części osób wydawać się kontrowersyjne, zbyt wyróżniające się lub wzbudzające mieszane emocje. Pamiętajmy, że ich celem będzie zwrócenie uwagi ludzi przeglądających media społecznościowe. Czasem będziemy stosować takie zabiegi, aby wyróżnić się na tle niezliczonej masy informacji dostępnych w Internecie.

Liczymy oczywiście na zmianę postrzegania naszych konkretnych wspólnot oraz środowiska przez Polaków, ale nie oczekujemy też zbyt szybkich rezultatów Programu, biorąc pod uwagę, że obecnie poziom rozpoznawalności ewangelicznych chrześcijan w społeczeństwie jest znikomy.

Wykorzystajmy zasadę synergii – razem jesteśmy silniejsi! Tylko razem możemy mieć silny wpływ na Polaków. Tylko razem zmienimy Polskę. Tylko razem zdobędziemy Polaków dla Chrystusa.

SPIS TREŚCI

| | |
|---|-----------|
| Jaki jest cel Programu EWANGELICZNI? | 4 |
| Skąd pomysł na Program EWANGELICZNI? | 4 |
| Jakie są tematy przewodnie Programu EWANGELICZNI? | 5 |
| Co otrzyma Partner, czyli wspólnota/zbór w ramach Programu? | 5 |
| Ile czasu zajmie przeprowadzenie całego Programu EWANGELICZNI? | 7 |
| Kto jest organizatorem Programu? | 7 |
| Jak finansowany jest Program? | 9 |
| Ile kosztuje udział Partnera w Programie? | 9 |
| Jak mogę zrezygnować z udziału w Programie? | 10 |
| Kto może zostać Partnerem Programu? | 10 |
| Jak można przystąpić do Programu? | 11 |
| Czy otrzymamy fakturę za wpłaty lub inne potwierdzenie płatności? | 11 |
| Co, jeżeli moja wspólnota nie posiada swoich kanałów w mediach społecznościowych, a chce brać udział w Programie? | 12 |
| Czy są planowane szkolenia w ramach Programu EWANGELICZNI? | 12 |
| Moja wspólnota już prowadzi profile / kanały w mediach społecznościowych w ustalonym stylu (zgodne z wewnętrznymi zasadami / identyfikacją wizualną). Czy materiały opracowywane w ramach Programu będą dostosowywane do naszych wytycznych? | 14 |
| Czy zawartość Programu może nie odpowiadać rzeczywistości mojego kościoła? | 15 |
| Czy mogę zobaczyć przykładowe multimedia, które będą częścią Programu? | 15 |
| W jaki sposób będę otrzymywał te materiały? | 16 |
| Jak będą mierzone wyniki Programu? | 16 |
| Kto jest odbiorcą Programu? | 17 |
| Dlaczego bierzecie pod uwagę tylko media społecznościowe? | 18 |

KLUCZOWE INFORMACJE

Realizacja Programu zaplanowana jest na okres 3-4 lat.

Zapraszamy zbory ewangeliczne do udziału w Programie w roli Partnerów.

Zapisy i więcej informacji znajduje się na www.ewangelicznii.org/dlakosciolow.

ZAŁOŻENIA PROGRAMU

1. Jaki jest cel Programu EWANGELICZNI?

Celem Programu jest zwiększenie świadomości o istnieniu danej wspólnoty wśród lokalnej społeczności, a szczególnie wśród znanych członków zboru, poprzez media społecznościowe. Dzięki aktywnej obecności w mediach społecznościowych, do której zachęcamy, kościół stanie się bardziej widoczny, a ludzie będą mogli poznać jego funkcjonowanie, wartości, czy nawet poczuć atmosferę spotkań, jeszcze zanim pojawią się na nabożeństwie osobiście.

Wzmacniamy lokalną wspólnotę, wyposażając ją w wiedzę, narzędzia i wysokiej jakości materiały niezbędne do działań w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, YouTube). Wszystko po to, aby Twoja społeczność była widoczna w Internecie i docierała z biblijnym przesłaniem do ludzi, na których ma lub może mieć wpływ.

2. Skąd pomysł na Program EWANGELICZNI?

W 2021 roku Ruch Chrześcijański Mt 28 oraz Ewangeliczna Polska wspólnymi siłami przeprowadziły szczegółowe [badania](#) na grupie 100 osób, które nawróciły się nie dalej niż 7 lat temu i są obecnie członkami ewangelicznych społeczności. W wyniku tych [badań](#) dowiedzieliśmy się, jakie okoliczności najbardziej sprzyjają nawracaniu się Polaków oraz co sprawia, że decydują się oni być częścią ewangelicznych wspólnot. Na podstawie wyróżnionych przez respondentów cech powstała koncepcja Programu, który składa się z 7 kampanii (więcej szczegółów – zobacz pkt 4).

Jednocześnie, z dostępnych danych wynika, że ewangelicznie wierzący chrześcijanie są skrajną mniejszością w Polsce. Stanowimy zaledwie 0,2% polskiego społeczeństwa, co oznacza, że jesteśmy grupą około 70 000 ludzi w gronie 38 milionów Polaków. Pragniemy, aby świadomość o istnieniu ewangelicznego chrześcijaństwa w naszym kraju znacznie wzrosła – żeby nasi rodacy mieli szansę trafić do biblijnych kościołów i tam usłyszeć Dobrą Nowinę. Wierzymy, że może to nastąpić poprzez realizację Programu **EWANGELICZNI**.

3. Jakie są tematy przewodnie Programu EWANGELICZNI?

Program **EWANGELICZNI** składa się z 7 kampanii związanych z ewangelicznym chrześcijaństwem. Tematy poszczególnych kampanii wybrane zostały w oparciu o badanie z 2021 r., dzięki któremu otrzymaliśmy wiedzę na temat pięciu najlepiej postrzeganych cech kościołów ewangelicznych. Wierzymy, że pokazując te cechy naszym znajomym i społeczeństwu, ociepli to nasz wizerunek i część z nich będzie przychylniej patrzeć na nasze wspólnoty. Pierwsza kampania będzie prezentować podstawowe informacje na temat naszego funkcjonowania i wiary. Natomiast w ostatniej chcemy przez pięć miesięcy skupiać się na prezentowaniu Ewangelii na dziesiątki różnych sposobów. Tematy wszystkich 7 kampanii to:

1. Chrześcijanie – Kim są ewangeliczni chrześcijanie?
2. Relacje – Przyjaźnie, troska, wsparcie
3. Autentyczność – Przyjdź taki, jaki jesteś
4. Świątowanie – Każda niedziela to dla nas święto
5. Wspólnota – Razem jesteśmy silni
6. Rozwój duchowy – Jest więcej w życiu z Bogiem
7. Miłość – Oddał wszystko dla wszystkich z miłości – Jezus

4. Co otrzyma Partner, czyli wspólnota/zbór w ramach Programu?

Partnerzy co miesiąc otrzymają spersonalizowane, wysokiej jakości materiały graficzne (zdjęcia, grafiki, ilustracje, infografiki), zasoby wideo (filmy oraz animacje z historiami, rozmowami lub informacyjne) oraz treści pisane (teksty do publikacji, opisy postów, wywiady, cytaty, artykuły) – do wykorzystania na swoich kanałach w mediach społecznościowych. **Tych materiałów będzie co najmniej 12 na miesiąc, w każdym miesiącu trwania danej kampanii.**

Personalizacja materiałów będzie polegać na umieszczeniu logo, nazwy, adresu www lub innych danych kontaktowych – w zależności od specyfiki danego elementu kampanii.

Ponadto Partner otrzymuje:

- o przemyślane, spersonalizowane materiały, które zostały zaplanowane w ramach zaprojektowanych 7 kampanii tematycznych, opracowanych w oparciu o powyższe badanie,
- o comiesięczny pakiet materiałów multimedialnych o wartości wielokrotnie wyższej niż koszt abonamentu (koszt dla Partnera to 1-2% kosztów wyprodukowania materiałów),

- o kompleksowy sugerowany plan publikowania materiałów, zgodnie z harmonogramem poszczególnych kampanii,
- o możliwość udziału w pierwszym w Polsce tego rodzaju programie informującym nasze społeczeństwo o ewangelicznym chrześcijaństwie, który z Bożą pomocą może zmienić Polskę,
- o możliwość skutecznego wypromowania działalności wspólnoty w Internecie,
- o profesjonalne szkolenia i konsultacje z zakresu prowadzenia kościelnych mediów społecznościowych,
- o wsparcie od innych wspólnot – Partnerów Programu, którzy będą na bieżąco wymieniać się informacjami z przebiegu poszczególnych kampanii (grupa na Facebooku).

Przykładowo, w ramach kampanii: Chrześcijanie – Kim są ewangeliczni chrześcijanie? Partner otrzyma aż **65 materiałów** ze swoim logo lub innymi danymi kontaktowymi. Oto one:

12 – grafik typu „Fakty i mity” dot. ewangelicznych

2 – animacje typu „Fakty i mity” dot. ewangelicznych

14 grafik dotyczących cech ewangelicznych

8 filmów dotyczących cech ewangelicznych

2 infoanimacje

3 filmy o wartościach chrześcijańskich na podstawie wybranych wersetów biblijnych

6 filmów z serii „Ewangeliczni to...”

1 animacja „ 6 cech ewangelicznych”

10 cytatów znanych ludzi, którzy są członkami wspólnot ewangelicznych

2 filmy „Ewangeliczni w pytaniach i odpowiedziach”

2 artykuły o ewangelicznych

3 grafiki okolicznościowe

A do tego strona internetowa pt: **Kim są ewangeliczni?** – kompendium wiedzy o ewangelicznych chrześcijanach.

5. Ile czasu zajmie przeprowadzenie całego Programu EWANGELICZNI?

Program składa się z 7 kampanii, z których każda trwa 4 lub 5 miesięcy. Przeprowadzenie Programu zajmie około 3,5 roku.

Ramowy harmonogram:

- (6 m-cy) Kampania 1. Chrześcijanie
- (5 m-cy) Kampania 2. Relacje
- (6 m-cy) Kampania 3. Autentyczność
- (6 m-cy) Kampania 4. Świętowanie
- (6 m-cy) Kampania 5. Wspólnota
- (6 m-cy) Kampania 6. Rozwój duchowy
- (6 m-ce) Kampania 7. Miłość

6. Kto jest organizatorem Programu?

Organizatorem Programu jest ruch Ewangeliczna Polska, który powołał kreatywny kolektyw – zespół specjalistów realizujących Program. Poznaj każdego z członków tego zespołu, ich rolę i obszar odpowiedzialności:

Olga Nerc – Project Manager. Współtworząca i kierująca wieloma zespołami marketingowymi w takich firmach jak Young Digital Planet, Nowa Era, Flugger farby. Od 2020 r. jest członkiem zespołu Ewangelicznej Polski. Z pasją tworzy projekty i zarządza nimi. Współtworząca projekt [Dziewczyny Się Spotykają](#), wyjazdy misyjne na Ukrainę oraz służbę dla małżeństw.

Magdalena Ciszewska – Digital Marketing. Specjalizuje się w budowaniu i realizacji strategii marketingowo-sprzedażowych. Od paru lat związana z Wyższą Szkołą Bankową w Gdańsku, gdzie prowadzi zajęcia na kierunkach Social Media i Zintegrowany Marketing oraz e-Commerce. Swoją karierę zawodową poświęciła online marketingowi i nowym mediom. W ciągu 20 lat swojej pracy budowała globalne strategie marketingowe dla takich marek jak ClickMeeting, GetResponse, Heinz, Ford, Diageo, GlaxoSmithKline. Jest ekspertem w

pozycjonowaniu marek, tworzeniu strategii marketingowych i wdrażaniu kampanii promocyjnych.

Mateusz Stefański – Creative Director. Kreatywny marketingowiec-artysta. Zamiast chwytliwych haseł, woli od razu tworzyć z tego movement. Opracowuje strategie reklamowe, projektuje komunikację spójną z marką, planuje kampanie marketingowe i realizuje je na podstawie realnych potrzeb klienta. Pierwsze kroki stawiał w 2014 roku w agencji reklamowej Engine w Sopocie. Obecnie od 2019 roku realizuje szalone pomysły w roli dyrektora kreatywnego w Kościele [Radość Życia](#) w Gdańsku.

Paulina Konieczny – Graphic Design. Z wykształcenia jest architektem, a na co dzień zajmuje się grafiką i tworzeniem brandingów. Zachwyca ją piękno połączone z funkcjonalnością. Jako brand designer pragnie tworzyć projekty, które będą odzwierciedleniem przedstawionej wizji, ale nie boi się również zapraszać swoich klientów do innowacyjnych rozwiązań. Wierzy, że każdy projekt może być dziełem o indywidualnym charakterze. Wraz z mężem Alkiem założyli [Społeczność Miasto](#), w której od początku odpowiada za obszar designu, w tym stworzenie identyfikacji wizualnej oraz grafik i wszelkich materiałów promocyjnych.

Gosia Śmigielska – Film Production. Z zawodu jest technikiem odzieży. Mimo, że jej przygoda z szyciem i projektowaniem została wstrzymana, to obcowanie ze światem mody rozbudziło w niej chęci do bardziej kreatywnego stylu życia. Zaczęła interesować się grafiką, dokształcać w temacie fotografii i próbować krótkich form filmowych. W ten sposób od kilku lat aktywnie działa w branży kreatywnej. Obecnie studiuje Sztukę Nowych Mediów na Polsko-Japońskiej Akademii Technik Komputerowych w Gdańsku.

Estera Wiaduch – absolwentka Akademii Muzycznej w Gdańsku, jej specjalność to gra na fagocie, a w wolnej chwili realizuje się muzycznie w zespole [‘dzieła wybrane’](#). Nie tylko może tam pisać muzykę, ale i teksty, co okazało się jej kolejną pasją. Swoje pióro od dłuższego czasu może szkolić dzięki pracy dziennikarskiej w Nadmorskiej Grupie Medialnej (Norda.FM, Twoja Telewizja Morska, Nadmorski24.pl). Od kilku lat jest liderem młodzieżowym grupy WIDOKI.

FINANSOWANIE PROGRAMU

7. Jak finansowany jest Program?

Program będzie finansowany z comiesięcznych wpłat od Partnerów – lokalnych kościołów. W zamian Partnerzy co miesiąc otrzymają spersonalizowane, wysokiej

jakości materiały (filmy, grafiki, animacje, treści pisane) do użycia na swoich profilach / kanałach w mediach społecznościowych. Personalizacja materiałów będzie polegać na umieszczeniu logo, nazwy, adresu www lub innych danych kontaktowych – w zależności od specyfiki danego elementu kampanii. Dzięki synergii działania, wyrażającej się w grupowym zamawianiu wspomnianych materiałów, Partner otrzyma je w nieporównywalnie niższej cenie (1-2% kosztów ich wytworzenia) niż wówczas, gdyby samodzielnie zlecał ich przygotowanie.

8. Ile kosztuje udział Partnera w Programie?

Udział w Programie to koszt 450 zł brutto, płatne miesięcznie oraz jednorazowa wpłata wpisowego w kwocie 500 zł.

Wpłaty dokonujemy poprzez stronę www.ewangeliczni.org/dlakosciolow w trakcie rejestracji – za pomocą karty płatniczej lub przelewu tradycyjnego.

Kolejne raty płatne co 30 dni, z góry za kolejne 30 dni subskrypcji do programu.

Organizator Programu zastrzega sobie prawo do aktualizacji miesięcznej stawki abonamentu, uwzględniając współczynnik inflacji publikowany przez Główny Urząd Statystyczny, jednak nie częściej niż po upływie pierwszych i kolejnych 12 miesięcy uczestnictwa danego Partnera w Programie.

9. Jak mogę zrezygnować z udziału w Programie?

Deklaracja przystąpienia do programu, obowiązuje na cały okres trwania Programu, z możliwością rezygnacji Przez Partnera z zachowaniem dwumiesięcznego okresu wypowiedzenia.

Deklarację rezygnacji z udziału w Programie należy zgłosić poprzez wiadomość email przesłaną na adres kontakt@ewangeliczna.pl wraz z podaniem nazwy Partnera.

PARTNERZY PROGRAMU

10. Kto może zostać Partnerem Programu?

Do udziału w Programie w roli Partnera zapraszamy wspólnoty ewangeliczne, które:

- pragną, aby coraz więcej ludzi dowiedziało się o istnieniu ich społeczności w danej dzielnicy, mieście, obszarze,
- chcą zaktywizować członków swoich wspólnot do dzielenia się informacjami o ich wspólnotach na swoich prywatnych profilach w mediach społecznościowych (poprzez udostępnianie postów wspólnoty)
- chcą mieć większy wpływ na swoje otoczenie,
- są świadome, że ponad 20 milionów Polaków na co dzień korzysta z mediów społecznościowych, które stały się jednym z najbardziej popularnych kanałów dotarcia do współczesnego społeczeństwa,
- chcą wpłynąć na zwiększenie świadomości o istnieniu ewangelicznego chrześcijaństwa w Polsce wraz z innymi wspólnotami z całego kraju,
- będą gotowe partycypować w kosztach Programu – na zasadzie comiesięcznego abonamentu.

11. Jak można przystąpić do Programu?

Aby przystąpić do Programu należy:

- Wypełnić formularz zgłoszeniowy na www.ewangeliczni.org/dlakosciolow i zapoznać się z umieszczonym tam Regulaminem
- Dokonać płatności zgodnie z punktem 9.

Osoba zgłaszająca dany kościół (Partnera) otrzyma wiadomość email z informacją o przyjęciu wspólnoty do Programu **EWANGELICZNI**.

12. Czy otrzymamy fakturę za wpłaty lub inne potwierdzenie płatności?

Każdorazowo po uiszczeniu wpłaty na konto email koordynatora wyznaczonego przez Partnera wpłynie potwierdzenie płatności lub faktura VAT, o ile zaznaczono to w formularzu zgłoszeniowym.

SOCIAL MEDIA / IDENTYFIKACJA

13. Co, jeżeli moja wspólnota nie posiada swoich kanałów w mediach społecznościowych, a chce brać udział w Programie?

Do udziału w Programie zapraszamy wszystkie ewangeliczne wspólnoty – zarówno te, które już są obecne w mediach społecznościowych, jak również te, które dopiero zaczynają działać w tym zakresie. Już dziś zapraszamy do założenia kont kościelnych na Facebooku, Instagramie i YouTube.

W ramach Programu zapewniamy pakiet szkoleń z Facebooka, Instagrama i YouTube. Dlatego, jeśli nie jesteście jeszcze obecni w mediach społecznościowych, to będziecie mogli się wszystkiego nauczyć. Filmy szkoleniowe będą dostępne dla Partnerów online, do obejrzenia w dowolnym momencie.

14. Czy są planowane szkolenia w ramach Programu EWANGELICZNI?

Tak, Program rozpoczyna się od szkoleń z obsługi następujących platform: Facebook, Instagram i YouTube. Szkolenia w formie wideo lub w formie materiałów PDF będą dostępne dla wszystkich Partnerów przez cały okres trwania Programu.

Oto ich zakres:

FACEBOOK CZ. 1

- Jak założyć i ustawić fanpage kościoła?
- Jak pozyskiwać fanów? Jak utrzymywać ich zainteresowanie?
- Jakie rodzaje postów angażują użytkowników Facebooka? Jak zastosować je na fanpage'u kościoła?
- Jak korzystać z narzędzi analitycznych Facebooka?

FACEBOOK CZ. 2

- Podstawy copywritingu
- Planowanie postów, relacji
- Zastosowanie oznaczeń, emotikonek, hashtagów i innych narzędzi – co ma sens? co działa?
- Jak wykorzystać live na potrzeby kościoła?
- Formy grafik, video
- Menedżer reklam, Creator Studio, Business Facebook – do czego służą?

FACEBOOK CZ.3

- Jak utworzyć i wykorzystać grupę na potrzeby kościoła?
- Jak utworzyć wydarzenie i jak można je wykorzystać na potrzeby kościoła?
- Jak stworzyć własnego bota i jako zautomatyzować część działań?

FACEBOOK CZ. 4

- Bezpлатne sposoby na zwiększanie zasięgow
- Jak skutecznie reklamować się na Facebooku?
- Podstawy reklamy na FB dla Kościoła działającego lokalnie. Jak analizować wyniki reklamy?
- Nowości wprowadzone ostatnio przez Facebooka? (Stan na czas przygotowania szkolenia).
- Jak je można wykorzystać na profilu kościoła?

FACEBOOK CZ.5

- Trudne sytuacje: Jak reagować na „hejtujące” wpisy, zaczepne, „rozkminy teologiczne”?
- WAŻNE: Jak zaangażować ludzi z kościoła do udostępniania treści z fanpage’a?
- Jak komentować, a jak tego nie robić.
- Niedozwolone praktyki – za co można dostać tzw. „bana”?
- Zarządzanie kryzysowe
- Ścieżki eskalacji

INSTAGRAM CZ.1

- Założenie profilu, bio, konto firmowe, zdjęcie profilowe
- Statystyki – jak je czytać? Jak interpretować?
- Wymiary grafik
- Posty karuzelowe, Instastory, rolki
- Creator Studio
- Reklama – przygotowanie, ustawianie

INSTAGRAM CZ.2

- Czym są hashtagi? Jak dobrać hashtagi do zdjęć? Jak sprawdzić statystyki hashtagów?
- Narzędzia do wyszukiwania hashtagów?
- Co to są Stories (Relacje)? Jak je można wykorzystać w kościele? Statystyki, funkcje zwiększające zasięgi, zwiększające zaangażowanie, funkcje do edytowania, wyróżnione Relacje,
- Jak stworzyć okładki do wyróżnionych Relacji?
- Video – formaty, długość
- IG TV
- Live – przygotowanie, przeprowadzenie

INSTAGRAM CZ.3

- Niedozwolone praktyki
- Akcje przeprowadzone na IG z powodzeniem, inspiracje – proste i te bardziej zaawansowane.)
- Jak zaangażować społeczność kościoła do reagowania na posty?
- Jak zwiększyć zasięgi organiczne postów?

YOUTUBE CZ.1

- Jak utworzyć konto na YouTube?
- Jak zweryfikować konto na YouTube i dlaczego warto to zrobić?
- Dostosowanie kanału na YouTube – ikona i grafika kanału, opis kanału, zwiastun kanału na stronie głównej

YOUTUBE CZ.2

- Ustawienia komentarzy
- Ustawienia domyślne kanału na YouTube i przesyłanych filmów
- Znak wodny
- Czy ustawić swój kanał na YouTube i filmy jako przeznaczone dla dzieci

YOUTUBE CZ.3

- Jak skutecznie promować swój kanał na YouTube?
- Jak zdobywać subskrybentów?
- Jak zwiększyć zasięgi organiczne?
- Skuteczne tytuły filmów
- Opisy filmów – co powinien zawierać, co nie powinno być częścią opisu

YOUTUBE CZ.4

- Przypięty komentarz i sposoby na jego wykorzystanie
- Jak promować kanał i filmy na YouTube przez reklamy Google Ads?
- Jak promować kanał i filmy na YouTube przez reklamy Facebook Ads?
- Jak na stronie WWW wyświetlić filmy z kanału na YouTube?
- Jak promować filmy i playlisty YouTube na Instagramie i stronie WWW?

YOUTUBE CZ.5

- Super Chat, supernaklejki i ich zastosowanie
- Bezpłatne sposoby na zasięgi
- Niedozwolone praktyki
- Nowości YouTube
- Wpływ YT na SEO

15. Moja wspólnota już prowadzi profile / kanały w mediach społecznościowych w ustalonym stylu (zgodne z wewnętrznymi zasadami / identyfikacją wizualną). Czy materiały opracowywane w ramach Programu będą dostosowywane do naszych wytycznych?

Jednym z celów Programu jest wywarcie jak największego wpływu na polskich użytkowników mediów społecznościowych. Jesteśmy przekonani, że uda się to, jeśli wszyscy Partnerzy użyją tych samych materiałów. Oczywiście ich personalizacja wystąpi, ale w formie umieszczenia logo Twojej wspólnoty, jej nazwy lub innych danych kontaktowych. Wówczas, udostępniając w jednym momencie ujednolicone materiały mamy szansę wywarcia zwiększonego wpływu na odbiorców.

Poza tym sugerujemy, aby zawartość przygotowaną w ramach Programu potraktować jako pomoc, ale nie jedyny sposób komunikacji z odbiorcami w Internecie.

16. Czy zawartość Programu może nie odpowiadać rzeczywistości mojego kościoła?

Materiały opracowane w ramach Programu będą miały charakter uniwersalny. Będą one pokazywały zarówno niewielkie społeczności, jak też bardziej liczne kościoły, czyli zarówno bardziej tradycyjne kościoły, jak i te współczesne. Jesteśmy przede wszystkim skupieni na promowaniu treści i cech społeczności ewangelicznych, a nie ich konkretnych form ich działania.

PRZYKŁADOWE MATERIAŁY

17. Czy mogę zobaczyć przykładowe multimedia, które będą częścią Programu?

Na stronie www.ewangeliczni.org/dlakosciolow znajdują się przykłady materiałów, które mogą zobrazować kierunek, w jakim zmierzamy z naszymi kampaniami. Oczywiście materiały będą zróżnicowane w formie i treści, zależnie od rodzaju kampanii, którą aktualnie będziesz realizować, ale z pewnością będzie wiele elementów spójnych, opartych na jednej identyfikacji wizualnej.

18. W jaki sposób będę otrzymywał te materiały?

Każdy Partner będzie miał własne konto z panelem użytkownika. Tam otrzyma stały dostęp do szkoleń ze skutecznej obsługi mediów społecznościowych oraz co miesiąc będzie otrzymywał pakiet materiałów do pobrania ze swojego konta oraz sugerowany harmonogram publikacji.

MIERZENIE WYNIKÓW

19. Jak będą mierzone wyniki Programu?

Partnerzy Programu otrzymają pakiet szkoleń i wysokiej jakości materiały do wykorzystania na różnych kanałach komunikacji – Facebook, Instagram i YouTube. Dodatkowo, będą mieli dostęp do podpowiedzi, jak zaangażować społeczność

swojego kościoła do udostępniania treści na swoich profilach w mediach społecznościowych. W szkoleniach pojawią się również moduły dotyczące wykorzystania płatnej reklamy w Internecie.

Dodatkowo, na Facebooku będzie funkcjonować grupa wspierająca Partnerów. Link do grupy podamy zarejestrowanym Partnerom. W niej na bieżąco będzie można wymienić się doświadczeniami, pomysłami, otrzymać wsparcie oraz przekazać informacje o wynikach podejmowanych działań.

Raz na kwartał będzie zorganizowany webinar z ekspertem w zakresie mediów społecznościowych, który odpowie na zgłaszane przez Partnerów pytania i omówi dobre przykłady zastosowania materiałów w ramach Programu. Podpowie także, jak uzyskać lepsze wyniki, wskazując na bieżące zmiany wprowadzane na poszczególnych platformach internetowych.

Najważniejsze, co możemy obiecać jest czymś, o co bardzo trudno w obecnych czasach. Obiecujemy skupienie uwagi odbiorców na Waszej wspólnotie i na tym, co ona publikuje. Wykorzystując wszystkie wspomniane narzędzia, efekty będą widoczne w postaci:

- poprawy atrakcyjności merytorycznej i wizualnej materiałów zamieszczanych na kanałach Waszej wspólnoty w mediach społecznościowych, a w efekcie zwiększenie zainteresowania samą społecznością,
- wzrost liczby reakcji na publikacje,
- wzrost liczby komentarzy pod publikacjami,
- wzrost liczby udostępnień publikacji,
- wzrost liczby wyświetleń materiałów filmowych,
- wzrost zasięgów wszystkich publikacji,
- wzrost liczby polubień/obserwacji profili społecznościowych,
- wzrost długości czasu spędzonego na oglądaniu publikacji filmowych

Po stronie organizatora Programu jest przygotowanie narzędzi i materiałów, natomiast rolą Partnerów jest odpowiednie ich wykorzystanie. Dużo będzie zatem zależeć od aktywności Partnera i jego kościelnej społeczności. Im więcej będzie osób zaangażowanych w udostępnienia treści lub komentujących wpisy w mediach społecznościowych, tym lepsze będą wyniki.

ODBIORCA PROGRAMU

20. Kto jest odbiorcą Programu?

Treści, które przygotowujemy w ramach Programu, oparte na wynikach [badań](#) z 2021, będą głównie skierowane do osób, które:

Przyznają się do wiary w Boga – z przeprowadzonych badań, które stanowiły podstawę do powstania Programu wynika, iż 93% ludzi, która trafia i zostaje w naszych wspólnotach to ludzie, którzy wcześniej wierzyli w istnienie Boga.

Są w wieku 25-40 lat. Ta grupa wiekowa najczęściej podejmuje decyzję o nawróceniu, a także przyjsciu i pozostaniu w jednej z ewangelicznych społeczności. Materiały jednak będą na tyle uniwersalne, że będą odpowiednie również dla innych grup wiekowych – użytkowników mediów społecznościowych.

W miarę rozwoju Programu być może podejmiemy decyzję o rozszerzeniu działań również na inne grupy wiekowe.

Mamy wiele nadziei związanych z tym projektem, ale musimy pamiętać, że tematy religijne z różnych powodów mogą spotkać się, pośród niektórych naszych znajomych w mediach społecznościowych, z reakcją zwaną „**hejtem**”. Dlatego w ramach szkoleń dostępnych na rozpoczęcie Programu przygotowujemy strategię dla osób indywidualnych oraz zborów na radzenie sobie z tego typu sytuacjami.

Zobacz dane statystyczne dotyczące grup odbiorów w punkcie 22.

KANAŁY DOTARCIA

21. Dlaczego bierzecie pod uwagę tylko media społecznościowe?

Niniejszy Program to pierwsze takie wspólne przedsięwzięcie środowiska ewangelicznego. Opierając się na doświadczeniu życiowym, chcemy zacząć powoli, systematycznie ucząc się, na które elementy Polacy reagują lepiej lub gorzej. Dajemy sobie 3-4 lata, aby stworzyć grupę specjalistów skupioną wokół tego tematu. Dopiero później chcielibyśmy próbować dotrzeć do głównych mediów, czyli telewizji i prasy albo próbować kampanii outdoorowych (billboardy).

Poniżej podajemy kilka statystyk dotyczących mediów społecznościowych w Polsce, które jednoznacznie wskazują, iż grupa docelowa Programu (zobacz punkt 25) spędza znaczną ilość czasu w Internecie.

Facebook

Badania pokazują, że w Polsce jest **22,5 mln** użytkowników Facebooka (wrzesień 2021, <https://www.statista.com/statistics/805467/facebook-users-poland/>)

Najliczniejszą grupą w Polsce są osoby w wieku 25-34 lat (25%).

Instagram

W Polsce z Instagrama korzysta **9,8 mln** użytkowników (marzec 2021), z czego 59,1 proc. to kobiety.

YouTube

Z platformy YouTube w Polsce korzysta **24,6 mln** osób (dane z 2020 r.)

(źródło:

<https://www.whysosocial.pl/uzytkownicy-social-media-w-polsce-i-na-swiecie/>

<https://spidersweb.pl/2020/11/youtube-polska-statystyki-2020.html>)

Podczas trwania Programu będziemy śledzić na bieżąco rozwój tych kanałów tak, aby odpowiednio reagować na zmiany. W razie potrzeby zaplanujemy również działania w innych mediach społecznościowych.