

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 ewangelicznymi 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 przyjmiemy 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

Spis treści

1. Jaki jest cel Programu EWANGELICZNI?	3
2. Skąd pomysł na Program EWANGELICZNI?.....	3
3. Jakie są tematy przewodnie Programu EWANGELICZNI?.....	3
4. Co otrzyma Partner, czyli wspólnota/zbór w ramach Programu?.....	4
5. Ile czasu zajmie przeprowadzenie całego Programu EWANGELICZNI?	5
6. Kto jest organizatorem Programu?	5

7. Jak finansowany jest Program?	5
8. Ile kosztuje udział Partnera w Programie?	5
9. Jak mogę zrezygnować z udziału w Programie?.....	6
10. Kto może zostać Partnerem Programu?.....	6
11. Jak można przystąpić do Programu?	6
12. Czy otrzymamy fakturę za wpłaty lub inne potwierdzenie płatności?	7
13. W jaki sposób będziemy otrzymywać te materiały?	7
14. Co, jeżeli moja wspólnota nie posiada swoich kanałów w mediach społecznościowych, a chce brać udział w Programie?	7
15. Czy są planowane szkolenia w ramach Programu EWANGELICZNI?	7
16. Moja wspólnota już prowadzi profile w mediach społecznościowych w ustalonym stylu (zgodne z wewnętrznymi zasadami). Czy materiały opracowywane w ramach Programu będą dostosowywane do naszych wytycznych?.....	9
17. Czy zawartość Programu może nie odpowiadać rzeczywistości mojego kościoła?.....	9
18. Co, jeśli kilka kościołów z tego samego miasta będzie publikować to samo?	10
19. Czy mogę zobaczyć przykładowe multimedia, które będą częścią Programu?	10
20. W jaki sposób będę otrzymywać te materiały?	10
21. Jak będą mierzone wyniki Programu?	10
22. Jak mam zaangażować społeczność mojego kościoła do udostępniania i komentowania materiałów z kampanii?	11
23. Kto jest odbiorcą Programu?	12
24. Dlaczego bierzecie pod uwagę tylko media społecznościowe?.....	12
25. Na jakiej zasadzie dobieraliście wypowiedzi do cytatów?.....	13
26. Animacja „6 cech ewangelicznych” – skąd się wzięły te cechy?.....	14

ZAŁOŻENIA PROGRAMU

1. Jaki jest cel Programu EWANGELICZNI?

Celem Programu jest zwiększenie świadomości o istnieniu danej wspólnoty wśród lokalnej społeczności, a szczególnie wśród znajomych 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 EWANGELICZNI.

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. Wierzimy, że może to nastąpić poprzez realizację Programu EWANGELICZNI.

3. Jakie są tematy przewodnie Programu EWANGELICZNI?

Tematy poruszane w programie wybrane zostały w oparciu o [badanie z 2021 r.](#), dzięki któremu otrzymaliśmy wiedzę na temat pięciu najlepiej postrzeganych cech kościołów ewangelicznych. Wierzimy, że pokazując te cechy naszym znajomym i społeczeństwu, ociepli to nasz wizerunek i część z nich będzie przychylniej patrzeć na nasze wspólnoty. Dodatkowo dodaliśmy materiały prezentujące podstawowe informacje na temat ewangelicznego chrześcijaństwa, naszego funkcjonowania i wiary. Materiały również prezentują Ewangelię na dziesiątki różnych sposobów. Podsumowując tematy poruszane w kampanii, to:

1. Chrześcijanie - Kim są ewangeliczni chrześcijanie?
2. Relacje – Przyjaźnie, troska, wsparcie
3. Autentyczność – Przyjdź taki, jaki jesteś
4. Świętowanie - 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 jest co najmniej 10 na miesiąc, w każdym miesiącu trwania danej kampanii.** Zobacz przykłady tu: <https://padlet.com/ewangeliczni/zasoby>

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

Przykładowo, w ramach pierwszych 6-ciu miesięcy programu 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”

A do tego strona internetowa www.ewangeliczni.org – kompendium wiedzy o ewangelicznych chrześcijanach i mapą Polski zawierającą adresy wspólnot ewangelicznych:
https://www.ewangeliczni.org/ewangeliczni_znajdz_wspolnote/

AKTUALIZACJA MAPY: podaj aktualne dane lub potwierdź te już wprowadzone w tym formularzu:
<https://forms.gle/wKkaDbEmaGQucf496>

5. Ile czasu zajmie przeprowadzenie całego Programu **EWANGELICZNI**?

Przeprowadzenie Programu zajmie około 1,5 - 2 lat.

Uwaga! Jest możliwość rezygnacji z udziału w programie – okres wypowiedzenia trwa 2 miesiące.

6. Kto jest organizatorem Programu?

Organizatorem Programu jest ruch Ewangeliczna Polska, który powołał kreatywny kolektyw - zespół specjalistów realizujących Program. Kampanię „Kim są ewangeliczni chrześcijanie?” przygotowali operatorzy video, graficy, specjaliści od marketingu cyfrowego, korektorzy, copywriterzy.

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 polega 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?

Kiedy zdecydujesz się na płatny udział w programie, należy wpłacić jednorazowe wpisowe w kwocie 250 zł oraz comiesięczną opłatę subskrypcyjną, również w kwocie 350 zł.

Jak dokonywać wpłat?

Opłaty można dokonać na dwa sposoby:

- Poprzez panel, w którym znajdziesz formularz do dokonania płatności lub
- Zapłacić przelewem tradycyjnym:
Na rachunek: 52 1090 1463 0000 0001 5161 4654.
Tytułem: „Nazwa Kościoła, miasto, EWANGELICZNI”

Uwaga! Jest możliwość rezygnacji z udziału w programie – okres wypowiedzenia trwa 2 miesiące.

Kolejne raty będą płatne do 30-go dnia kolejnego miesiąca, z góry za następny miesiąc.

Organizator Programu zastrzega sobie prawo do aktualizacji miesięcznej stawki abonamentu, uwzględniając współczynnik inflacji publikowany przez Główny Urząd Statystyczny.

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 wspólnocie 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.

13. W jaki sposób będziemy otrzymywać te materiały?

Każdy Partner będzie miał własne konto z panelem użytkownika <https://ewangeliczni.org/moje-konto>. Tam otrzyma stały dostęp do szkoleń ze skutecznej obsługi mediów społecznościowych (5 lekcji bezpłatnie w okresie testowania) oraz co miesiąc będzie otrzymywał pakiet materiałów do pobrania ze swojego konta oraz dostęp do sugerowanego harmonogramu publikacji.

SOCIAL MEDIA / IDENTYFIKACJA

14. 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.

Wszystko o szkoleniach: <https://ewangeliczna.pl/ewangeliczni/szkolenie/>

15. Czy są planowane szkolenia w ramach Programu **EWANGELICZNI**?

Tak, w ramach Programu oferujemy [szkolenia](#) z obsługi następujących platform: Facebook, Instagram i YouTube. Szkolenia w formie wideo lub w formie materiałów PDF są dostępne dla wszystkich zainteresowanych.

Napisz na ewangeliczni@ewangeliczna.pl, w tytule wpisz: „testuję szkolenia”, a wyślemy Ci dostęp do **5 pierwszych lekcji ze szkolenia za darmo**.

Zakres szkoleń:

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, emotikoniek, 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

- Bezpłatne sposoby na zwiększanie zasięgów
- 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

Wszystkie informacje o szkoleniach: <https://ewangeliczna.pl/ewangeliczni/szkolenie/>

16. Moja wspólnota już prowadzi profile w mediach społecznościowych w ustalonym stylu (zgodne z wewnętrznymi zasadami). 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 ujednoczone 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.

17. 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.

18. Co, jeśli kilka kościołów z tego samego miasta publikuje to samo?

To bardzo korzystna sytuacja. Zyskujecie na efekcie synergii! Zapraszajcie więcej znajomych kościołów z Waszej okolicy do programu!

W przypadku, gdy kilka kościołów z jednego miasta publikuje te same materiały, to:

- 1) więcej mieszkańców to zauważa
- 2) widzą, że coś Was łączy
- 3) widzą że "ich" jest więcej
- 4) macie większy wpływ, niż działanie w pojedynkę.

PRZYKŁADOWE MATERIAŁY

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

Na stronie https://bit.ly/zasoby_ewangeliczni 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.

20. W jaki sposób będę otrzymywać 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.

Tutaj zobaczysz przykład panelu wraz wgranymi materiałami na pierwsze dwa miesiące pierwszej kampanii pt „Kim są ewangeliczni?” oraz 5 przykładowych lekcji

<https://www.ewangeliczni.org/moje-konto/>

LOGIN: ProgramTestowy

HASŁO: XGnWv*va6!^6xD*IVgcFJghJ

MIERZENIE WYNIKÓW

21. 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 funkcjonuje 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.

Najważniejsze, co możemy obiecać jest czymś, o co bardzo trudno w obecnych czasach. Obiecujemy skupienie uwagi odbiorców na Waszej wspólnocie 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.**

22. Jak mam zaangażować społeczność mojego kościoła do udostępniania i komentowania materiałów z kampanii?

O programie opowiedz podczas nabożeństwa, gdzie

- 1) Przekaż wizję zawartą w punktach 1-3 tego dokumentu
- 2) Pokaż instrukcję udostępniania krok po kroku na nabożeństwie:
 - a) Udostępnij Wasz fanpage na ekranie z postem, który chcecie aby był rozpowszechniony na FB
 - b) Pokaż przycisk "Udostępnij"
 - c) Zachęć uczestników nabożeństwa do wejścia na FB i udostępnienia wskazanego postu.
- 3) Przypominaj regularnie o programie podczas ogłoszeń, na grupie FB, na grupach domowych itp.
Możesz użyć tej prezentacji – wcześniej zaktualizuj ją wg uznania
https://www.canva.com/design/DAFPSQ6axfk/W0fkaFsjC1Aa_kgY6ca57A/edit?utm_content=DAFPSQ6axfk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

ODBIORCA PROGRAMU

23. Kto jest odbiorcą Programu?

Treści, które przygotowujemy w ramach Programu, oparte na wynikach [badań](#) z 2021, są 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

24. 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 uczyć 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.

PYTANIA DO MATERIAŁÓW Z KAMPANII NR 1

25. Na jakiej zasadzie dobieraliście wypowiedzi do cytatów?

W kampanii 1 (Kim są ewangeliczni chrześcijanie?) wybraliśmy 10 cytatów dosyć popularnych ludzi z dziedziny sportu, muzyki, kina. Deklarują się one jako osoby ewangelicznie wierzące. Mamy tu większość osób z zagranicy i 4 osoby z Polski.

Wybieraliśmy je w gronie kilkunastu osób i mamy za sobą długie dyskusje, kogo zostawić z dłuższej listy kandydatów. Został tu wykonany kawał ciężkiej pracy. Niestety, każda z tych osób to grzeszny człowiek. Nie ma tu osoby czystej jak łąza. Na każdego można znaleźć haka.

Wypowiedzi, które przytaczamy wskazują na zrozumienie łaski, miłości Bożej. Mówią o osobistej więzi z Chrystusem. I należą do osób rozpoznawalnych w „świecie”, dlatego ich wizerunek i wypowiedź powinny przyciągnąć uwagę tych, do których kierujemy cały program EWANGELICZNI.

Naszą grupą docelową są osoby 25-40 lat, wierzące w istnienie Boga, ale nie mające z Nim relacji, szukające czegoś „więcej” i o tym „więcej” mówią wspomniani celebryci.

Co może się stać po opublikowaniu cytatu celebryty, któremu ktoś w komentarzu zarzuci złe prowadzenie się?

Można opowiedzieć o przebaczącej łasce Pana Jezusa. O tym, że nie ma takiego upadku, kryzysu, wpadki, których nie mógłby przebaczyć. Ludzie są skłonni Ci skreślić, ale nie Bóg. Organizatorzy tego projektu wręcz życzą takich okazji do rozmów i życzą dobrych dyskusji pod postami.

Co do osób z Polski – trudno jest znaleźć osoby ewangelicznie wierzące uczęszczające do kościołów ewangelicznych. Wśród polskich celebrytów są osoby nawrócone ale większość z nich ciągle przebywa w kościele katolickim. Gdybyście znali osoby, które spełniają te kryteria, prosimy o kontakt z organizatorami ewangeliczni@ewangeliczna.pl

Wszystkie cytowane osoby:

1. Chris Pratt
2. Bono z U2
3. Ania Świątczak
4. Denzel Washington
5. Maja Frykowska
6. Allyson Felix
7. Tamika Catchings
8. Justin Bieber
9. Dawid Kwiatkowski
10. Maciek Mazurek pseud. ZUCH

26. Animacja „6 cech ewangelicznych” – skąd się wzięły te cechy?

Ta animacja to wstęp do całego programu. Te 6 cech to nazwy kampanii, które są zaplanowane jako części składowe całego programu. Zobacz pkt. 3 tego dokumentu, w którym tłumaczymy nazwy poszczególnych kampanii i skąd się wzięły.