

Az egyház számtalan értékes programot kínál. De hogyan érjük el, hogy minél többen el is jöjjenek? Jennifer Fulwiler katolikus webfejlesztő és reklámszakember gyakorlati tanácsai.



1. Ügyeljünk, hogy a meghirdetett program valós igényt elégítsen ki!

Fontos, hogy az adott esemény olyasmiről szóljon, ami valóban fontos az embereknek. Például ha előadást hirdetünk *A szentek bölcsessége* címmel, és nem túl nagy az érdeklődés, változtassuk meg a címet úgy, hogy a hétköznapi élet valós problémájára utaljon. Például: *Hogyan tudtak a szentek időt szakítani az imádságra? – És mi?*

vagy:

Munka és család egyensúlya a házasság szentek életében

.

2. Hirdessük az interneten!

Egyszeri eseményt, pl. egy mariati előadást elég a plébánia honlapjára feltenni. A komolyabb rendezvényeknek, rendezvénysorozatoknak (pl. több mint százfős konferencia vagy havi rendszerességű közösségi találkozók) viszont legyen külön Facebook-oldala és weblapja. Egyik sem ördögösség: bármelyik fiatal szívesen megmutatja, hogyan lehet Facebook-oldalt létrehozni; weboldalt számos szolgáltató biztosít elérhető áron.

Az online hirdetés tartalmazza az esemény rövid leírását, helyszínét, időpontját, a részvételi díjat és a jelentkezés módját. (Ha még egy lépést akarunk tenni, [ezzel a html-kóddal](#) lehetővé tehetjük, hogy a programot bárki azonnal beillessze a Google-naptárjába.

3. Terjesszük e-mailben!

A Twitter, a Facebook, a blogok és a más újmédiás lehetőségek között el ne feledkezzünk a jó öreg e-mailről! Az e-mailes népszerűsítés talán nehézkes, mégis érdemes megfogalmazni egy egyszerű, kedves, személyes meghívást, kiemelve, miért lesz jó és hasznos a tervezett esemény. Az e-mailt küldjük el a barátainknak, és kérjük meg őket, hogy terjesszék. Ha levelezőlista-tagok vagyunk, megkérhetjük a moderátort, hogy a listán is tegye közzé a meghívást.

4. Kérjük meg a jelentkezőket: írják meg a közösségi oldalukon, hogy részt fognak venni az adott eseményen!

Az egyik legnagyobb mulasztás, amit elkövethetünk a népszerűsítés terén: ha nem vesszük igénybe a résztvevők segítségét. A legtöbb online jelentkezésnél a jelentkezők automatikus választ vagy e-mailt kapnak; írjuk bele, hogy kérjük, „lájkolják” a rendezvényt a Facebookon, írjanak róla Twitteren stb. A jelentkezők maguk is szeretnék, hogy jól sikerüljön a rendezvény, így bizonyára szívesen tesznek eleget a kérésnek.

5. Keressünk kapcsolatot blogszerzőkkel, podcast szerkesztőkkel!

Ha az illető nyitott, hívjuk meg a programunkra - ha megemlíti a közönségének, hogy eljön, igen széles körhöz juthat el a tervezett esemény híre. Ha biztosra akarunk menni, a reklámért cserébe valamiféle kedvezményt is felajánlhatunk: kedvezményes áron vehet részt a rendezvényen, találkozhat az előadóval stb.

Mindez bármilyen rendezvény szervezésekor megfontolandó; ismétlődő programok, eseménysorozat esetén a következőket is érdemes figyelembe venni:

6. A rendezvényen kérjük meg a résztvevőket (akár ki is plakátolhatjuk a felhívást), hogy akinek van megfelelő elektronikus eszköze, valamelyik szünetben írja meg közösségi oldalán, milyen programon vesz részt! Ez igen hatékony reklám; sokak érdeklődését felkeltheti a későbbi hasonló rendezvények iránt.

7. Kérjük meg a résztvevőket, értesítsenek, ha blogjukon írni szándékoznak a programról, és linkeljük a bejegyzést! A linknek minden felhasználó örül. Ha előre szólunk, hogy a blogokat belinkeljük, várhatóan többen fognak írni az eseményről.

8. Tegyük közzé képeket a korábbi eseményekről! Egy szemmel láthatóan jó légkörű találkozón készült színes fotóknak nagy vonzereje van, amikor valaki a honlapon keresgélve azon töpreng, részt vegyen-e a következő hasonló rendezvényen.

A fenti ötletek hatékonyan növelik a résztvevők számát, ugyanakkor nem sokba vagy éppen semmibe sem kerülnek. Akinek nincs sok technikai érzéke, annak eltarthat egy ideig, míg megismerkedik az új média nyújtotta lehetőségekkel. Ám amint megtapasztalja, hogy komolyabb kiadások nélkül sikerül sokakhoz eljuttatnia egy-egy esemény hírét, rájön: megérte

rászánni az időt, fáradságot.

Forrás: ncregister.com, Magyar Kurír