

L'essentiel **du communicant chrétien**





É D I T O

BRATISLAVA

ÉDITO

Cet ebook s'adresse à tous les communicants chrétiens. Qu'ils soient bénévoles dans une paroisse, une association, un groupe de jeunes ou de musique, à plein temps dans une ONG, une mission, un ministère. Je l'ai créé pour vous donner rapidement les clés dont vous avez besoin pour bien communiquer les valeurs chrétiennes et ainsi donner de la visibilité à votre organisme.

Notre agence a pu accompagner plus de 200 leaders au fil des années. Nous croyons que l'église a, durant de nombreuses années, été à la pointe dans l'utilisation de l'art et de la communication pour faire découvrir au plus grand nombre les mystères de la Bible, de la foi et la marche avec Dieu. Plusieurs événements ont cassé cette dynamique. Nous vivons dans une époque incroyable, Dieu nous redonne des outils simples, à la portée de tous pour atteindre un grand nombre de personnes. À nous de nous en emparer. La plupart des outils nécessitent avant tout du temps et de la connaissance ; c'est un grand changement, car il y a encore quelques années il fallait un investissement initial très lourd : achat de caméra, ordinateur coûteux, publicité, impression hors de prix. Mais ça, c'était avant !



Auteur : David BONHOMME

BON À SAVOIR

Une enquête aux États-Unis a montré que désormais le premier réflexe d'une personne pour chercher une église quand il déménage c'est de regarder sur Google. Je pense que c'est la même chose pour un non-chrétien, un ami d'un membre de votre église, il va d'abord regarder à quoi ressemble votre paroisse, votre organisme sur internet. Nous avons tous le réflexe de "GOOGELISER" un organisme, une église, un événement...

QUELQUES CHIFFRES POUR COMMENCER

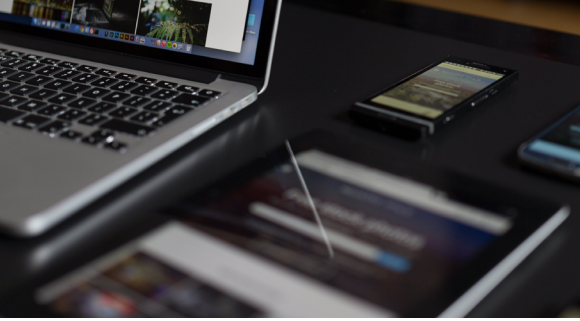
En septembre 2015, Facebook annonçait qu'un Français sur deux était présent sur Facebook !

- **54 473 474 internautes**, soit 83% de la population française.
- **68%** des Français sont inscrits sur un réseau social.
- **28 millions d'utilisateurs actifs** sur Facebook, soit 42% des Français.
- Un internaute français passe en moyenne **4h07 par jour sur Internet** (via un ordinateur).
- Les mobinautes surfent en moyenne **58 minutes par jour sur leur smartphone**.
- Les membres des réseaux sociaux passent en moyenne **1h29 par jour sur ces espaces**.



Ne pas exister sur Google c'est envoyer un message louche aux internautes !

J'aime bien utiliser cette image, votre site internet, mais aussi votre présence sur les réseaux sociaux, c'est un peu comme une ambassade, une vitrine. C'est sûrement le premier contact avec votre église. Il faut imaginer que vous construisez un magasin, des centaines voire des milliers de personnes vont passer devant.



CHAPITRE 1 :

LES 4 INDISPENSABLES DE LA COMMUNICATION INCARNÉE

En tant que leader de la communication d'une église ou d'une organisation chrétienne, l'une de nos premières missions est de communiquer la vision que Dieu donne de manière claire et compréhensible. La Bible est remplie d'hommes de Dieu qui ont su amener les gens qui étaient sous leur responsabilité dans la bonne direction. À chaque fois, Dieu s'est révélé de manière différente en fonction des contextes et des situations.

De nos jours, les gens vivent dans une culture de surcommunication. Ils sont, à longueur de journée, sollicités, dans ce contexte il devient difficile de faire entendre son message.

La Bible dit : « Sans vision, le peuple périt » (Proverbes, chapitre 29, verset 18).

L'une des clés est d'identifier un ou plusieurs ambassadeurs qui pourront incarner le message, la vision de l'organisation. Ensuite nous avons la responsabilité de rejoindre les gens là où ils en sont et trouver des moyens pour les atteindre.

On associe souvent un organisme à son leader ou à un produit.

La première chose à faire c'est d'incarner la vision au travers de ces ambassadeurs :

Il est bien connu que l'être humain regarde aux actions et pas uniquement aux paroles. Il est important que ces personnes vivent la vision et ses bienfaits et que leur vie devienne une inspiration. Internet nous donne énormément de possibilités de transmettre un message via un style de vie par l'exemple. De par mon travail, je passe beaucoup de temps avec des personnages publics qui utilisent différentes techniques. Je vous présente les 4 principaux outils que je trouve très utiles :

1. BLOG

Un blog est un journal personnel en ligne, il s'agit d'un micro-site Internet. Le but est de montrer au quotidien comment vous vivez votre vision. La clé est d'être vulnérable, sans tomber dans le voyeurisme (voici un exemple d'une épreuve que j'ai voulu partager) . Il est important de ne pas apparaître comme un super héros spirituel, mais bien au contraire une personne qui vit avec les mêmes défis que tout le monde et compte sur l'aide de Dieu.

Les héros de la Bible nous inspirent par leur authenticité, leurs histoires, leurs parcours, leurs épreuves. Il est important de répondre aux questions que les gens se posent. On fait souvent l'erreur d'aborder des sujets déconnectés de leur réalité. Parlez famille, finance, éducation, travail, bonheur, gestion de crise, etc.



2. RÉSEAUX SOCIAUX

Les Français passent de plus en plus de temps sur les réseaux sociaux, c'est une opportunité en or pour être présents dans leur quotidien, les inspirer, les encourager avec un verset, découvrir ce qu'ils vivent et pouvoir être présents là où ils passent leur temps de décompression quotidien. Les derniers chiffres montrent qu'un français sur deux est sur Facebook (septembre 2015), 20% de notre temps passé sur mobile est consacré à ce réseau social.

Vous pouvez, grâce aux réseaux sociaux, communiquer la vision via le partage de

vidéos, citations, liens d'autres pasteurs, leaders, artistes qui incarnent ce que vous souhaitez transmettre. Prenons un exemple ; vous avez à cœur de développer un certain style de louange dans l'église ? Publiez une vidéo d'un live d'un groupe de louange qui incarne ce changement. Utiliser correctement les réseaux sociaux, c'est apprendre une nouvelle langue ; pas de panique cela demande de l'entraînement, de la patience et de la pratique. Pensez à vous entourer, le web est rempli de formations en ligne gratuites et pouvant être de très bonne qualité.

Lorsqu'un pasteur ou un leader est actif sur les réseaux sociaux, il peut aussi montrer l'envers du décor d'une église ou de l'organisation la rendre plus humaine : les réunions de prières, les temps de recherche de la Bible, l'aspect pratique, les visites, etc.



3. EMAIL

L'email reste l'un des meilleurs moyens de communication. Il faut savoir l'utiliser avec parcimonie pour ne pas devenir intrusif. Prévoyez par exemple une fois toutes les 2 semaines un email d'encouragement en votre nom à l'assemblée, mais aussi à des personnes extérieures qui souhaitent la recevoir, en proposant de s'inscrire sur votre blog ou sur le site de l'église. Rendez cet email le plus personnel possible.

Il existe différents services gratuits en dessous d'un certain nombre d'emails : Mailchimp / mail Jet.



4. TEXTO

Une fois de temps en temps il n'y a pas de mal à surprendre votre assemblée, une fois de temps en temps, en envoyant un texto groupé qui fait du bien, disant que vous pensez à eux dans la prière, que vous avez à cœur de partager un court verset.

... Pour résumer ce chapitre, une vision s'incarne et doit, pour être répliquée et assimilée, être vue en situation. Internet nous offre de nombreuses opportunités de le faire, utilisons-les !



CHAPITRE 2 : LE SITE WEB, LE COEUR DU RÉACTEUR

4 raisons d'avoir un site web pour votre organisation.

*« C'est ainsi que votre lumière doit briller devant les hommes, afin qu'ils voient le bien que vous faites et qu'ils louent votre Père qui est dans les cieux. »
Matthieu 5v16*

RAISON #1 : LA VISIBILITÉ

La raison principale pour laquelle il est important que votre église ait un site internet c'est la visibilité. Il est important que les gens de votre assemblée, les habitants du quartier, les autorités de la

ville, les journaux et autres médias sachent ce qui se passe dans vos locaux. Il n'y a rien de pire qu'un bâtiment dont les portes sont fermées en permanence et qui ne communique pas. Les passants se disent que s'ils ferment les portes de l'église c'est qu'il s'y passe quelque chose de louche. Un site permet de gagner en visibilité, vous aurez du contenu sur lequel communiquer pour vos événements (photos, vidéos, flyers, messages audio...). Des habitants du quartier qui n'auraient peut-être jamais mis les pieds dans une église peuvent se rendre compte que la vôtre n'a pas l'air démodée comme ils le croyaient.

RAISON #2 : COMMUNIQUER AVEC VOTRE ASSEMBLÉE

Il est impératif que les personnes de votre assemblée aient un endroit où trouver les informations pratiques de la vie d'église : d'où l'importance d'avoir un site web. À quelle heure est la réunion de prière avant le service religieux ? Qui est de ménage cette semaine ? À quelle heure est la répétition pour le groupe de louange ? Est-ce qu'il y a un événement pour mon enfant ce week-end ? Etc. Une vie d'église nécessite des informations spécifiques et un site permet de les apporter de manière simple et précise.

RAISON #3 : ACCESSIBILITÉ DU CONTENU

Cela arrive à tout le monde de ne pas être concentré pendant un service le dimanche matin, on oublie de prendre des notes et notre tête est ailleurs en pensant aux soucis de la semaine...Le site permet de rendre le contenu accessible aux gens de l'assemblée : que ce soit un message audio de la prédication, un document PDF avec les points forts du message ou encore un flyer que les personnes peuvent télécharger pour inviter des gens. Une rubrique de contenu sur votre site peut avoir de nombreux avantages pour votre assemblée.

RAISON #4 : ÉVANGÉLISER

Dernière raison et non des moindres : un site permet d'évangéliser et de rayonner à plus grande échelle que celle de votre ville. En partageant des flyers

d'invitation sur Facebook, des vidéos ou des versets illustrés depuis votre site, vous donnez l'occasion à des personnes d'être évangélisées ! En effet les sites internet et les réseaux sociaux sont un formidable outil d'évangélisation, des personnes qui n'auraient peut-être jamais mis les pieds dans une église peuvent se convertir en voyant un visuel qui leur parle particulièrement.

RAISON BONUS : VOUS DÉCOUVRIR !

Aujourd'hui, les gens visitent votre site avant de visiter votre église. Avoir un site internet permet aux personnes qui viennent d'arriver dans votre ville de voir que vous existez, de voir qu'il existe une église à deux pas de chez eux, qu'ils peuvent avoir un endroit où aller si ils ont besoin de parler d'un problème ou de parler avec un pasteur.

À SAVOIR :

Il existe de nombreuses solutions gratuites, elles vous demanderont du temps et des compétences, mais elles peuvent être un bon début pour se faire la main. Le plus connu est le site Wix.



CHAPITRE 3 : **L'ESSENTIEL À SAVOIR POUR** **ÊTRE UN PRO DES RÉSEAUX** **SOCIAUX**

Les bases de Facebook pour son église ou association

Dans cet article, nous allons voir comment s'approprier les réseaux sociaux et les utiliser pour l'église. Afin d'éviter les répétitions, nous nous concentrerons sur le plus connu d'entre eux : Facebook. Vous pourrez ensuite décliner les divers points pour les autres, mais le fonctionnement reste globalement le même. Sur Facebook, il existe plusieurs manières de se vendre en plus d'un compte « classique ». Chaque manière a une utilité différente, sachez les utiliser au maximum de leur potentiel.

LA PAGE FACEBOOK :

Une page Facebook est un moyen peu onéreux et relativement facile d'utilisation pour promouvoir son église. Le principal atout de cette page est de pouvoir créer du contenu régulièrement. Les personnes « likant » la page peuvent aimer, partager et être tenues au courant des dernières nouveautés de votre église. Ils peuvent alors transmettre ces informations directement à leurs amis pour que ces derniers puissent aussi avoir accès au news de l'église. Un excellent moyen d'évangélisation ! Un autre avantage est la diversité de contenu qu'il est possible de

créer : partager des versets, des citations fortes d'un message, des vidéos, faire vos annonces, etc. C'est une bonne manière pour continuer à transmettre le message du dimanche tout au long de la semaine et en touchant une cible qui ne peut être atteinte lors des prédications.

L'ÉVÈNEMENT FACEBOOK :

Sur ce réseau social, il est aussi possible de créer et partager des événements. Si vous prévoyez d'organiser une fête, un concert ou un spectacle dans votre église, n'hésitez pas à le décliner sous forme d'un événement Facebook. Vous aurez alors la possibilité d'inviter les membres de votre église et ceux-ci pourront aussi inviter leurs propres amis. C'est un moyen de diffusion rapide sur un média gratuit beaucoup plus utilisé que le papier ! De plus, vous pourrez à tout moment modifier et actualiser l'évènement ! De cette manière les participants seront en permanence avertis des changements, cela vous évitera une bonne partie du traditionnel e-mailing. C'est un gain de temps formidable !

LE GROUPE FACEBOOK :

Un des atouts de Facebook est la possibilité de créer des groupes. Ce moyen permet d'avoir des cercles « privés » de communication (par exemple : groupe de membres, l'équipe de louange, l'équipe pastorale...). Vous pourrez alors dialoguer avec ce groupe, leur transmettre des informations à tous d'un seul clic, faire des

demandes particulières (besoin de bénévoles, de matériel...), proposer des sujets de prières, prévenir à l'avance d'un événement ou encore partager des fichiers (chants, bilans de réunion, récapitulatifs de messages...). En bref, la création de groupes vous permet de communiquer avec encore plus de rapidité et d'efficacité que l'e-mail ! (avec les membres qui utilisent Facebook, évidemment). Cela ne remplace pas ce dernier, mais c'est un plus très utile.

5 règles simples pour gérer une page facebook sans budget

#1. CRÉEZ UNE PAGE

Remplissez les informations de la page : description, adresse, mission,... Ces informations seront visibles, même pour ceux qui n'ont pas de compte Facebook.

L'erreur : bâcler les descriptions, qui sont très utiles pour la visibilité de votre page.

#2. RESTEZ SOBRE

L'image de profil de la page doit être votre logo. La bannière doit représenter votre activité. Ne la changez que lors d'événements spéciaux, quelques fois dans l'année. Accordez-la avec votre site web si possible.

L'erreur : ne pas avoir le logo en photo de profil, ou un logo coupé ou pixelisé.

#3. SOYEZ RÉGULIER

Si vous n'avez que peu d'actualité, publiez une fois par semaine. Si vous avez plus de contenu, augmentez la fréquence.

L'erreur à éviter : mettre 5 publications le lundi et rien le reste de la semaine.

#4. CHOISISSEZ VOS IMAGES

L'image est floue ? pixellisée ? elle ne vient pas de votre structure ? ne la publiez pas. Ajoutez une description synthétique, avec un lien vers votre site web.

L'erreur : mettre des photos trop amateurs, ou trop standards (banque d'images).

#5. SURVEILLEZ VOTRE ORTHOGRAPHE

Au même titre qu'une affiche, un roll-up ou un flyer, Facebook doit refléter l'image de votre structure. Ne négligez pas l'orthographe.

L'erreur : écrire kikou-lol pour rajeunir votre image.

... En suivant ces quelques règles Facebook ne sera peut-être pas le fer de lance de votre communication, mais vous serez présents sur ce réseau social incontournable, sans nuire à votre image. Facebook peut vraiment devenir un bon outil de communication. N'hésitez pas à faire appel à un community manager ou une agence de communication compétente pour optimiser votre présence sur les réseaux sociaux.

Facebook : un outil puissant pour promouvoir un événement

A PARTIR D'UN PROFIL PERSONNEL :

- Allez sur la page d'accueil
- Dans le menu vertical de gauche, cliquez sur "Événements".
- Cliquez ensuite sur "+Créer un événement" en haut de la nouvelle page

A PARTIR D'UNE PAGE DONT VOUS ÊTES ADMINISTRATEUR :

- Rendez-vous sur la page en question
- À l'endroit où vous postez vos statuts, sélectionnez "Événements / moment-clé +"
- Puis cliquez sur Événement.

QUELLES INFORMATIONS DONNER ?

- Un titre explicite
- Les personnes pressées (80% des internautes) ne verront que le titre de votre événement. Soyez donc le plus explicite possible.
- Si vous utilisez le nom de votre organisation, détaillez-le. Exemple : "Mouvement 180 : soirée étudiante chrétienne"

LES INFORMATIONS DE BASE

- N'oubliez pas de fournir une date, une heure de début et de fin, une adresse, l'arrêt de tram-bus le plus proche, le prix, pour qui est-ce... et le programme détaillé !
- Afin de faciliter la lecture de ses informations utilisez les questions : Où ? Quand ? Pour quoi ? Quoi ?...

UNE IMAGE PERTINENTE

- À ne surtout pas négliger : l'image de votre événement !
- Si votre événement n'a pas de graphisme spécifique, utilisez une photo fraîche et joyeuse qui donne envie de venir.

COMMENT INVITER UN MAXIMUM DE PERSONNES ?

- Invitez vous-même le maximum de contacts (même les personnes que vous n'avez pas vu depuis longtemps : vous allez être surpris !)
- Proposez à vos collègues-amis de faire de même : si chacun invite ses contacts Facebook vous aurez rapidement des milliers de personnes au courant !
- Partagez le lien de l'événement sur votre mur.

Que penser du live tweet d'un culte ?

Pour commencer, laissez moi vous présenter ce qu'est un live tweet, **il s'agit de publier les phrases clés d'un événement sur Twitter**. Par exemple, live tweeter un culte revient à **publier** sur son compte twitter **les phrases clés d'une prédication** afin d'en **faire profiter ses followers**. Il y a un bon et un mauvais côté au live tweet, le bon pour commencer : cela permet de mieux mémoriser les phrases

qui nous marquent pour pouvoir les retrouver plus tard, comme lors d'une prise de note standard, et cela peut ouvrir des discussion avec d'autres internautes. Le mauvais côté, c'est qu'en étant connecté à son compte on voit aussi tout ce qui se passe en même temps sur twitter et on est vite déconnecté de la prédication. **Le live tweet est donc à double tranchant.**



CHAPITRE 4 : LA COMMUNICATION POUR AUGMENTER LA TAILLE DE VOTRE ÉGLISE OU ASSOCIATION

12 idées simples pour bien présenter son organisation et se faire connaître auprès d'un large public

1. CRÉEZ UNE VIDÉO DANS LAQUELLE VOTRE PASTEUR PRÉSENTE VOTRE ORGANISATION CHRÉTIENNE ET SES ACTIVITÉS.

Cette vidéo est un élément crucial de la présentation de votre église. Elle permettra non seulement de pouvoir partager votre vision, mais elle vous donnera surtout une présence sur internet. Pour la vidéo,

pas besoin de strass et paillettes, faites-la simple, évitez le superflu et faites attention à votre diction. Vos dires doivent être parfaitement compréhensibles pour que l'internaute enregistre l'information rapidement. Enfin, évitez les vidéos de plus de 1 minute 30. Pour ce genre de présentation, il est peut-être probable qu'une personne aille au bout. À vos caméras ! Si vous voulez un bon exemple, quoiqu'un peu long, c'est par ici !

2. ENVOYEZ DES COMMUNIQUÉS DE PRESSE AUX JOURNAUX LOCAUX POUR PRÉSENTER VOS ACTIVITÉS EN LIENS AVEC LA VILLE

Un des point principal d'une bonne présentation d'église c'est la notoriété. Les citoyens de votre ville doivent vous connaître. Si ils entendent parler d'une église, la première chose qui doit leur venir à l'esprit c'est la vôtre. Pour ce faire, dès que vous avez une activité en rapport avec votre ville (concert, spectacle, évangélisation..etc) envoyez un communiqué de presse aux journaux locaux ! Ils vous permettront de tenir les gens informé de vos actions. Veillez à bien détailler le communiqué pour donner envie aux personnes de venir voir ou participer à cette activité.

> Contactez les sites d'événements locaux

Votre région possède des ressources que vous ne connaissez peut-être pas : les sites d'événements locaux. Vous n'êtes pas les premiers à vouloir promouvoir votre événement, c'est pourquoi de nombreux sites se sont créés afin de regrouper l'information au même endroit. Peu importe si ce n'est pas un site spécialisé dans les événements chrétiens, tous les moyens seront bons à utiliser. L'intérêt est que ces sites sont généralement bien référencés et par conséquent, il y a de bonnes chances pour que votre événement arrive en haut de page Google. N'ayez pas peur, ces sites sont là pour ça et acceptent le contenu peu importe sa provenance !

3. PRÉVOYEZ UNE CAMPAGNE UTILISANT L'AFFICHAGE LIBRE DE LA VILLE

Vous avez certainement déjà pu voir des pylônes pleins d'affiches dans les rues de votre ville. Le nom officiel de ces poteaux est « affichage d'opinion et

à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ». Cela signifie qu'ils sont prévus pour l'affichage de publicités événementielles provenant des associations à but non lucratif, ce qui est le cas des églises. Sachez que dans chaque commune, même de moins de 2000 habitants, il est obligatoire d'avoir un espace d'affichage libre. C'est donc l'endroit idéal pour promouvoir un événement d'église. Notez enfin que ce mode de publicité est réglementé, il faut alors vous adresser à l'organisation en charge de l'affichage libre de votre ville.

Il existe aussi un moyen gratuit de vous présenter gratuitement dans votre ville : l'affichage libre ! Renseignez-vous auprès de votre mairie pour connaître les emplacements destinés à l'affichage libre.

4. CRÉEZ DES PANNEAUX SUR LA DEVANTURE DE VOTRE ASSOCIATION

Lorsque des personnes passent devant votre église ils voient en premier votre devanture. Sachez que l'impression visuelle est la première chose qui va déterminer si oui ou non un passant va porter de l'intérêt à votre église. L'idée serait alors de créer des panneaux à placer sur votre devanture et d'y placer des visuels, des versets ou autre choses susceptibles de piquer la curiosité des gens. Rendez-les attrayants ! Encore une fois, le contact visuel est essentiel, ne passez pas à côté ! Veillez à les changer au moins une fois par mois pour montrer que votre église est dynamique.

5. N'OUBLIEZ PAS LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR CIBLER VOTRE VILLE

Un autre moyen de faire de la publicité gratuite pour votre église est internet au travers des réseaux sociaux. L'intérêt est de pouvoir cibler votre ville et ses

environs facilement et donc de toucher des membres potentiels. Pour en savoir plus sur les moyens d'utiliser les réseaux sociaux à votre avantage, deux articles sont à votre disposition : – Utiliser les réseaux sociaux pour communiquer – Comment utiliser au mieux Facebook pour votre organisme

6. PENSEZ À CRÉER DES PRODUITS QUI POURRAIENT AUGMENTER LA VISIBILITÉ DE VOTRE ORGANISATION

Bien souvent, on ne penserait pas à utiliser des méthodes « classiques » pour présenter notre église, et pourtant, ce sont souvent les choses auxquelles les gens sont habitués qui fonctionnent le mieux. Essayez de faire appel à une agence de communication pour vous créer des cartes de visite, des autocollants pour voiture ou encore des flyers pour les lieux publics. Cela demande un budget, mais le bénéfice retiré est considérable. Cela permet aussi de faire de l'évangélisation simple et efficace. Enfin, ceux ayant de plus gros moyens, pensez aux radios chrétiennes locales. Avec une petite capsule audio, vous pourrez atteindre un public beaucoup plus vaste !

7. SOYEZ PRÉSENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS (VIADEO, GOOGLE+ PRO, LINKEDIN)

Les réseaux sociaux professionnels sont d'excellents moyens de présenter votre église. Certains ont des fonctionnalités payantes, mais sachez qu'une utilisation classique est gratuite. Viadeo, Google + pro et LinkedIn sont les plus souvent cités. Ne négligez pas l'importance de chaque domaine !

Les milieux se plaignent souvent de ne pas avoir de chef d'entreprise ou cadre à

forte responsabilité. Investir dans LinkedIn est un super moyen d'envoyer un signal fort qu'ils ont de la place dans votre organisation.

8. UTILISEZ LES BONS HASHTAGS EN RAPPORT AVEC VOTRE VILLE OU VOTRE SUJET

Tout d'abord, qu'est-ce qu'un hashtag ? C'est ce qu'on appelle un « marqueur de métadonnées ». Pour faire simple, c'est une méthode qui permet de marquer un mot-clé et de le référencer sur internet. Plus le mot est « hashtagé », plus il sera visible. Avec l'apogée des réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter ou encore Google+, les fameux hashtags (#) possèdent un impact croissant dans la diffusion d'un événement. Vous devez savoir que chaque ville, objet, personne, bref, tout ce que l'on peut trouver sur le net est lié à un ou divers hashtags. Par exemple, Strasbourg possède son propre hashtag : #Strasbourg. Ce hashtag est lié à d'autres hashtags évidents comme #parlement, #alsace, #france... mais aussi à d'autres auxquels on ne penserait pas forcément : #music (en rapport avec le Zénith ou la Laiterie), #DNAinfos (journal local) et bien d'autres. Pour réaliser une communication efficace autour de votre événement il vous faut connaître les hashtags les plus utilisés et liés à votre ville. C'est indispensable !

Voici deux sites internet pour optimiser l'utilisation des hashtags :

<http://hashtagify.me/>
<http://www.hashtags.org/>

9. DEMANDEZ À VOS MEMBRES DE CHANGER LEURS IMAGES DE PROFIL

Si vous créez un événement d'église, il est fortement recommandé d'avoir un visuel en rapport avec l'événement, ne serait-ce que pour les affiches ou l'annonce de

celui-ci dans votre église. Pour amplifier la communication, il est possible de prévoir un visuel qui pourra être utilisé en tant que photo de profil pour les réseaux sociaux. L'idée serait alors de demander à tous vos membres de mettre ce visuel sur leurs divers comptes afin que tout le monde ait le même. Les curieux seront alors beaucoup plus intéressés à participer à l'événement, car ils sauront qu'ils ne sont pas seuls. Parfois le manque « d'effet de groupe » fait peur à des gens, car ils ont l'impression que personne n'est au courant, ils vont donc décliner l'invitation pour ne pas sortir du lot. Ils se trompent, alors prouvez-leur le contraire en montrant de la solidarité autour de cet événement !

10. ENVOYEZ DES COURRIELS

Cela peut paraître évident, mais peu d'événement d'église sont communiqués via des mails ou alors dans les extrêmes c'est à dire trop ou pas assez. Le principal pour un bon mailing est de connaître la cible : vos membres. Vous devez savoir quelle fréquence d'e-mail est efficace au sein de votre communauté. Parfois 1 mail par semaine est amplement suffisant, pour d'autres il faudra leur rappeler plus régulièrement. Attention toutefois à ne pas harceler. À chaque réponse positive ou négative, veillez à supprimer le membre de la liste d'envoi (exception faite en cas de modification de l'événement), car rien n'est plus agaçant que recevoir constamment des mails auxquels on a déjà répondu. Soyez à l'écoute de vos membres !

11. SI VOUS N'AVEZ PAS DE SITE INTERNET, CRÉEZ UN BLOG POUR L'OCCASION

Vous l'aurez compris, internet est le moyen par excellence de promouvoir un événement. C'est pourquoi si vous n'avez pas de site pour votre église, il est préférable d'avoir un moyen stable pour présenter votre événement, à savoir

: un blog ou alors utiliser les réseaux sociaux. Il existe plusieurs plates-formes comme Tumblr, Overblog ou encore un WordPress basique. Choisissez-en une, liez-la à vos réseaux sociaux et vous serez sûr de toucher le public connecté. Vous pourrez alors mettre en ligne les modifications d'événement. Cela peut paraître compliqué, mais il faut savoir que les blogs sont avant tout créés pour ce genre d'occasion, ils sont donc faciles d'utilisation. Simple et efficace, ne passez pas à côté !

12. CRÉEZ DU CONTENU DIFFUSIBLE FACILEMENT

Que ce soit pour votre site, vos réseaux sociaux ou votre blog prévu pour l'occasion, veillez à ce que votre contenu puisse être partagé facilement par vos membres. Même avec la meilleure communication du monde, vous n'égalez jamais la confiance que les personnes ont envers leurs amis. Vos membres auront plus de facilité à inviter leurs proches que vous. Il est donc essentiel de leur faciliter le travail et donc leur donner envie de faire venir leurs amis.

En conclusion, il est possible de créer le buzz pour votre événement d'église à l'aide de différents médias. La plus grande ressource qui vous sera demandée étant du temps, car organiser un événement n'est pas de tout repos. Il vous arrivera peut-être un jour de faire un flop, un événement qui ne marchera pas du tout; ne baissez pas les bras ! Laissez le Seigneur vous guider et prenez cet échec comme une leçon pour vos futurs événements !





CHAPITRE 5 : **SPECIAL PAROISSE & EGLISE** **LOCALE / DURANT** **VOS EVENEMENTS**

Les 5 erreurs de projection **lors d'un culte**

Bien souvent la projection est prise en charge par des bénévoles qui découvrent sur le tas comment utiliser le logiciel. Comme moi, vous avez certainement déjà assisté à des situations rigolotes, comme le mauvais verset qui s'affiche, le fond d'écran avec une photo de la famille à la plage ou alors une vidéo qui se lance au mauvais moment.

Dans cet article, j'aimerais vous parler de 5 erreurs à éviter lorsque l'on souhaite utiliser au maximum le potentiel de la projection lors d'un culte. Pasteur, leader, n'hésitez pas à transmettre cet article à vos équipes de bénévoles.

ERREUR 1 : **TROP D'INFOS SUR** **UNE MÊME DIAPO**

On a tendance à vouloir limiter le nombre de diapos, du coup on comprime un maximum d'infos sur un même slide. C'est tout l'inverse qu'il faut faire, favorisez l'espace et n'ayez pas peur d'avoir de nombreuses pages.

ERREUR 2 : **ÉCRIRE TROP PETIT**

Le but principal d'une projection est de permettre à l'audience de pouvoir lire. Pensez à tester la taille des polices en allant au fond de la salle.

ERREUR 3 : **BEAU DESIGN, MAIS** **AUCUN MESSAGE**

Quand on a une église avec des artistes, on peut avoir tendance à afficher de belles images en fond d'une diapo sans vraiment chercher un lien entre l'image et le texte. En soi, rien de grave, néanmoins les participants au culte vont passer plusieurs instants à essayer de comprendre le lien entre les deux et ils vont se déconnecter du message principal et peuvent avoir du mal à revenir à une pleine concentration.

ERREUR 4 : LE STYLE MONTRE QUE L'ÉGLISE N'A PAS ÉVOLUÉ

Un image parle beaucoup et véhicule de nombreux messages. Tout d'abord il y a la colorimétrie : Le visuel est-il sombre ? Intense ? Coloré ? Fade ?

Est-ce que l'effet de couleur utilisé fait référence à une époque éloignée ?

L'effet appliqué sur la photo, en particulier sur les bordures peut montrer que l'église n'a pas évolué depuis de nombreuses années. Par exemple, les bordures fondues blanches sont à éviter.

Il y a aussi le choix des typographies : choisissez les plus modernes et les moins fantaisistes possibles. La typographie à proscrire est la comic sans ms. Elle est la plus utilisée dans le monde associatif, mais elle véhicule un non professionnalisme et un manque de connaissance des tendances.

Reduisez de moitié le temps des annonces

Le moment des annonces peut devenir un véritable cauchemar dans une église ! Parfois, la personne en charge des annonces passe plus de temps sur scène que le pasteur ou le responsable de louange ! Sachant que le temps de concentration d'une personne dépasse difficilement les 20 minutes (d'après les conférences TED), il est primordial de réduire au maximum le temps d'annonces tout en étant stratégique pour que les informations importantes soient transmises.

Voici quelques conseils pour réduire le temps des annonces :

Le graphisme parle beaucoup. Tous les 3 à 5 ans, de nouvelles tendances graphiques voient le jour. Inconsciemment, elles sont identifiées par l'assemblée. Même si les gens ne pourront pas l'exprimer clairement, cela transmet une information datée.

Pour cela, prenez comme références les médias principaux pour avoir une idée des repères visuels de votre assemblée.

ERREUR 5 : ATTENTION À LA VIE PRIVÉE

Il peut arriver qu'il y ait une projection des photos d'un week-end d'église, un concert ou une sortie du groupe de jeunes. Attention aux autorisations : en France, on est très strict sur la vie privée et le droit à l'image. Évitez d'afficher des photos de personnes ne fréquentant pas votre église ou étant nouvelles ou de passage.

**1) Créez une adresse e-mail annonces, par exemple :
annonces@adresseseglise.com**

Dites à l'église qu'à partir de maintenant il faut envoyer son annonce à cette adresse en y intégrant les informations importantes et tout cela avant une date limite. Cela vous permettra de centraliser les différentes annonces, et de les prioriser. Au début cela peut être vécu comme une contrainte, mais très rapidement l'assemblée prendra goût à un temps d'annonce réduit.

2) Nommez un bénévole responsable des annonces.

Choisissez une personne relationnelle, qui aime être au courant de tout ce qui se passe et qui a des facilités à l'oral. Cette personne sera également responsable de la gestion de l'adresse mail.

3) Préparez les diapos à l'avance

Le temps d'annonce est très important durant un culte, ne le sous-estimez pas ! L'idéal est d'encourager la personne en charge de la projection de créer les annonces avant le culte et si possible de prévoir une relecture par une tierce personne afin d'éviter les fautes d'orthographe. Pensez à intégrer des jeunes qui aiment l'informatique.

4) Priorisez les annonces

Afin de prioriser les annonces il y a une règle d'or : une annonce peut être transmise lors d'un culte si elle concerne plus de 70% de l'assemblée. Pour les autres annonces, favorisez la diffusion avant et après le culte par l'affichage et les autres médias de l'église (bulletin / site / mail / réseaux sociaux).



CHAPITRE 6 :

LA PREDICATION / MAXIMISER L'AUDIENCE

Comment exploiter au mieux une prédication ?

Depuis 2012, nous avons la chance de travailler pour le ministère de Joyce Meyer. Nous nous occupons de sa communication dans le monde francophone.

Dernièrement, nous avons lu dans un magazine américain qu'elle avait le ministère avec le plus grand impact au niveau mondial. Ce qui ne nous a pas vraiment étonnés, puisque nous avons eu l'occasion de découvrir de l'intérieur sa manière de communiquer et de

transmettre son message. Joyce Meyer possède un vrai don pour exploiter au maximum ses prédications.

Étant fils de pasteur, je crois savoir que rédiger une prédication pertinente, cela prend du temps et de l'énergie ! Dans cet article, j'espère vous donner des clés pour rentabiliser au maximum votre travail, pour que l'espérance de vie de votre message dépasse les 40 minutes de prédication du dimanche.

1. FACEBOOK ET TWITTER

Sélectionnez 7 courtes phrases ou citations de votre prédication, et publiez-les sur facebook et twitter. Cela ne vous que prendra quelques minutes. Il vous suffira d'utiliser ensuite le système de programmation retardé de twitter et facebook, pour que vos points soient publiés automatiquement, un pour chaque jour de la semaine. Je suis persuadé que beaucoup des membres de votre église passent du temps sur facebook au quotidien. Ces posts seront des piqûres de rappel, et ainsi, votre prédication ne passera pas à la trappe. Soyez concret et concis. Si vous avez la possibilité d'intégrer votre publication dans une image, c'est encore mieux : vous augmentez d'au moins 50% votre chance d'être vu

2. ENREGISTREMENT AUDIO

Enregistrez votre message et publiez-le sur votre site. Créez aussi un podcast sur itunes, cela simplifiera le download pour vos membres. Si vous n'avez pas de système d'enregistrement dans votre église, utilisez votre smartphone : l'utilisation est simple et la qualité est souvent surprenante. Vous pouvez aussi utiliser le site soundcloud pour publier vos messages audio.

Pensez aussi à publier votre prédication sur des sites de messages chrétiens. (Tresor Sonore, TopChretien, EnseigneMoi et bien d'autres)

3. BUZZ

Si vous avez enregistré votre message au format audio, sélectionnez un ou deux passages d'une à deux minutes sur un sujet chaud, d'actu ou drôle, et publiez-les avec un titre accrocheur. L'objectif est de faire le buzz, de susciter la curiosité des internautes pour qu'ils écoutent le message en entier. Cela vous permettra aussi d'avoir un contenu un peu moins sérieux, plus abordable pour tout le monde.

4. BLOG

Généralement, un message est organisé en plusieurs paragraphes. Publiez-en les titres sur votre blog ou le site de l'église, point par point. C'est le format idéal pour un article de blog : facile à lire, clair et concis.

5. E-BOOK

Si vous faites toute une série de messages sur un même sujet, reprenez vos notes et réécrivez-les. En les mettant ainsi en valeur, vous pourrez en faire un e-book téléchargeable sur votre blog ou sur votre site.

6. GROUPE DE MAISON

Reprenez les points importants de votre message et rédigez plusieurs questions qui pourront être discutées dans un groupe de maison. Ce sera l'occasion pour vos membres d'appliquer les principes de votre message dans leurs vie de tous les jours.