

Material de Planejamento para Conferências

O Conselho de Conferências da Ciência Cristã
A Primeira Igreja de Cristo, Cientista
210 Massachusetts Ave, P06-10
Boston, MA 02115 EUA

Fone: +1-617-450-3669
E-mail: lecture@christianscience.com

<http://christianscience.com/lectures/hosting/>

Cronograma para o planejamento de uma conferência para o público em geral

Rever os Artigos do *Manual da Igreja* (pp. 93-96)

Desenvolver um plano que inclua todos os membros da igreja no apoio metafísico à atividade referente às conferências, atividade essa fundamentada no *Manual*.

Trabalhar juntos como igreja para saber que sua comunidade está receptiva ao Cristo, a Verdade, e que uma conferência da Ciência Cristã trará cura a qualquer problema que sua comunidade esteja enfrentando.

Consultar os dados biográficos e os tópicos dos conferencistas e escolher, em espírito de oração, um conferencista a ser contatado. Ligar ou passar um e-mail somente para o conferencista de sua primeira escolha. Se ele/ela não estiver disponível, então contatar outro conferencista, ao invés de contatar vários ao mesmo tempo.

Trocar idéias com o conferencista: sobre seu objetivo, possíveis tipos de eventos e locais, datas, taxa de conferência, etc.; manter-se em contato com o conferencista sobre quaisquer novos acontecimentos, preocupações ou necessidades que surjam ao longo do processo de planejamento.

Reservar o local para o evento, ou múltiplos eventos, no caso de planejarem dar mais de uma conferência.

Determinar se desejam cobrar ingresso e/ou vender exemplares de *Ciência e Saúde*, outros escritos ou biografias da Sra. Eddy e exemplares ou assinaturas de periódicos. Caso desejem fazer cópias de um artigo específico de um dos periódicos, verificar se o artigo em questão poderá ser reimpresso. Cada periódico tem uma página que detalha as informações sobre reimpressão (usualmente a página 44 do *Arauto da Ciência Cristã*). Se desejarem mais informações, por favor, queiram enviar um e-mail para copyright@csps.com.

Preencher um Formulário de Pedido de Conferência (ver acima) para cada conferência e enviá-lo ao conferencista e ao escritório do Conselho de Conferências.

Planejar uma reunião metafísica preparatória com a presença do conferencista, ou por teleconferência.

Determinar como elaborar o plano de publicidade e divulgação do evento e implementá-lo. Verificar se seu conferencista possui um kit de divulgação para o tópico de sua conferência em seus dados biográficos, publicados na Internet. Queira obter a aprovação do conferencista para os dizeres nos novos volantes, convites, informações para a imprensa, assessoria para a mídia e publicidade ou material de divulgação ao público, criados para a conferência. Verificar com os jornais se estariam interessados em um comunicado à imprensa após o evento, incluindo detalhes da conferência.

Caso desejarem fazer uso de uma imagem de *Ciência e Saúde* no material promocional da conferência, favor entrar em contato com a Assessora de Publicidade para a Conferência pelo e-mail: lecture@christianscience.com. Podemos providenciar imagens eletrônicas bem impressas e nítidas de várias edições de *Ciência e Saúde*. É necessário solicitar a permissão de uso dessas imagens através do Conselho de Conferências.

Logística antes do dia da conferência (dependendo da natureza do evento):

Verificar as dependências do local e o estacionamento — estará aberto ao público naquele dia?

Planejar a arrumação do local de uma maneira informal, acolhedora

Alugar e testar microfone sem fio de lapela para o conferencista antes do dia da conferência

Comprar baterias sobressalentes para o microfone.

Fazer arranjos de acordo com as necessidades do conferencista: por exemplo, uma mesa ou um pódio para livros, água e copos, um flip chart, etc.

Designar as tarefas para o dia da conferência (dependendo da natureza do evento):

Alguém para abrir, arrumar e fechar o local da conferência

Transporte para o conferencista

Indicadores e auxiliares no estacionamento

Berçário?

Mesa com literatura?

Alguém para apresentar o conferencista?

Alguém encarregado de levar os cheques assinados para pagar o conferencista (1 para a taxa; 1 para as despesas de viagem.)

Ter a expectativa da cura!

Programe fazer um acompanhamento dos novos visitantes:

Obtenha informações para contato dos participantes interessados

Convide-os para os cultos e conferências futuras

Informe-os sobre sua Sala de Leitura

Marque uma hora para conversar mais tarde a fim de conhecê-los melhor

Após a conferência, planeje uma reunião para compartilhar os frutos do evento com os membros. Envie e-mail com os comentários e as curas para o conferencista e para o Conselho de Conferências.

Enviar um comunicado à imprensa para o jornal com detalhes da conferência.

Perguntas freqüentes

Qual é a diferença entre um comunicado à imprensa e uma assessoria para a mídia e publicidade?

Um **comunicado à imprensa** é enviado aos jornais ou qualquer outra mídia impressa. Escrito como um artigo, ele convida o editor ou o jornalista a fazer uma entrevista com o conferencista ou a escrever um artigo sobre o evento. Alguns jornais têm imprimido o comunicado à imprensa, conforme recebido.

Uma **assessoria para a mídia e publicidade** é para rádio e televisão. Ela fornece a informação sobre sua conferência, de forma segmentada, a fim de interessar o apresentador ou o produtor a entrevistar o conferencista em seu programa de entrevistas. O texto é quase idêntico ao do comunicado para a imprensa, apenas com um formato diferente.

Para mais informações detalhadas, favor acessar o site <http://christianscience.com/lectures/hosting/publicity/>

Como podemos obter uma imagem eletrônica nítida e bem impressa do *Ciência e Saúde com a Chave das Escrituras*, de Mary Baker Eddy, para os volantes e anúncios da nossa conferência?

A Assessora de Publicidade para as Conferências tem imagens disponíveis para uso em materiais relacionados à conferência. Favor entrar em contato pelo endereço lecture@christianscience.com para ter uma imagem enviada por e-mail. Essas imagens têm direitos reservados. As filiais necessitam de permissão para o uso da imagem de *Ciência e Saúde* nos materiais da conferência. Para obter essa permissão, favor enviar seu rascunho final para lecture@christianscience.com.

Existe uma taxa estabelecida para a conferência?

O *Manual da Igreja*, de Mary Baker Eddy, declara: “A quantia a ser estipulada como taxa de conferência deve ficar a critério do conferencista” (Art. 32, § 7º, p. 96). A taxa freqüentemente inclui entrevistas em apoio à conferência e uma reunião preparatória para a conferência com os membros.

Minha filial tem de convidar um conferencista da nossa região?

As filiais têm a liberdade de convidar o conferencista que suas orações indicarem. As despesas de viagem do conferencista são pagas “... pela igreja que tiver feito o convite” (*Manual da Igreja*, Art. 32, § 8, p. 96).

A nossa filial pode patrocinar uma conferência em uma área distante?

O Conselho de Conferências encoraja as filiais a acalentarem as oportunidades que elas têm de dar conferências dentro de suas próprias comunidades. Apreciamos o desejo de contribuir para com o crescimento da Ciência Cristã em todo o mundo. Se sua filial desejar fazer doações em apoio ao programa mais amplo de ajuda às conferências, gerido pel’A Igreja Mãe, toda contribuição é muito bem-vinda.

Como posso anunciar nossa conferência no *Sentinel*, no *Arauto* ou na Internet?

O Formulário de Pedido de Conferência é o que gera esses anúncios. Para um anúncio no *Sentinel*, por favor, envie seu formulário por correio, por e-mail ou por fax para o escritório do Conselho de Conferências em Boston, para que ele chegue com pelo menos seis (6) semanas de antecedência da data de sua conferência. Para o anúncio na edição impressa do *Arauto*, por favor, envie seu formulário com uma antecedência de 3 meses da data de sua conferência. Não existe nenhum custo para esse serviço. Os anúncios pela Internet podem ser enviados a qualquer momento.

Existe uma versão eletrônica do Formulário de Pedido de Conferência que possa ser enviada por e-mail?

Sim. O formulário pode ser encontrado no site <http://christianscience.com/lectures/hosting/lecture-application-form/>

O que significa um ‘Número para que o público entre em contato?’

Esse número de telefone deverá estar disponível ao público, para que uma pessoa ou uma mensagem de voz possa responder às pessoas que ligam, perguntando sobre a conferência. Muitas filiais usam o número da Sala de Leitura ou o número de telefone de um membro (dependendo do número de horas em que a Sala de Leitura fica aberta). Esse número deveria estar disponível durante o dia (e/ou noite).

A minha filial pode imprimir artigos dos periódicos para serem distribuídos nas conferências?

A decisão de distribuir cópias de artigos dos periódicos e quais os artigos escolhidos depende de sua filial e de seu conferencista. Se concordarem em distribuir cópias, por favor, verifiquem primeiro em que edição seu artigo foi originalmente publicado e se informem se essas páginas podem ser reimpressas. Cada periódico tem uma página que menciona a informação sobre reimpressão (usualmente a página 44 do *Arauto*). Normalmente, até 50 cópias de qualquer artigo podem ser reimpressas sem permissão. Todos os créditos devem ser preservados. Se desejarem fazer mais de 50 cópias ou necessitarem de mais informações, por favor, enviem um e-mail para copyright@csp.com.

Nossa filial poderá transmitir uma conferência pelo rádio, para cumprir com a exigência estipulada pelo *Manual*?

As filiais e os conferencistas vêm descobrindo que uma entrevista com o conferencista pelo rádio, juntamente com a conferência proferida pessoalmente pelo conferencista, é a forma mais eficaz de comunicação. Ela proporciona ao ouvinte uma oportunidade de saber mais sobre a Ciência Cristã, de se encontrar pessoalmente com o conferencista e conversar com ele após a conferência, para obter mais informações. As entrevistas funcionam melhor quando fazem parte de um programa de entrevistas que vai regularmente ao ar, com um público ‘cativo’. Essas são oportunidades muito eficazes de se apresentar a Ciência Cristã, mas não oferecem ao conferencista os meios de atender às exigências de uma conferência, conforme estipulado no *Manual da Igreja*.

Entretanto, em algumas situações, uma entrevista de rádio poderia ser a melhor maneira de satisfazer às necessidades das comunidades, por exemplo, após um desastre (incêndios, tsunamis, etc.), quando a reunião de pessoas se torna inviável.

Preciso atualizar o título/local/horário de nossa conferência. Como posso fazê-lo?

Por favor, queira entrar em contato com o Conselho de Conferências pelo endereço lecture@christianscience.com (qualquer idioma) ou pelo telefone +1-617-450-3669 (somente em inglês). Isso inclui atualizar informações publicadas na Internet ou para anúncios no *Sentinel/Arauto*.

Minha filial gostaria de patrocinar uma conferência no mês de julho, após o término do ano de conferências. Podemos convidar um conferencista do atual ano de conferências para proferir uma conferência para nós?

As conferências podem acontecer em qualquer época do ano. O ano de conferências do Conselho vai de 1º de julho a 30 de junho. O Conselho de Conferências é eleito para o novo ano de conferências (1º de julho) no dia da Assembléia Anual. Os conferencistas são notificados antes da Assembléia Anual sobre a intenção do Conselho de Diretores de reelegê-los. Eles poderão concordar, tentativamente, em proferir uma conferência para sua filial e confirmar sua aceitação após sua reeleição ao Conselho de Conferências, no dia da Assembléia Anual, no início de junho.

Nossa comissão de conferência gostaria de fazer contato com a comunidade médica. Existe alguma ajuda disponível?

A Assessora de Publicidade para as Conferências terá muito prazer em trabalhar com você. Ela tem uma folha com dicas que poderá ser enviada por e-mail ou fax.

Poderia um membro do Conselho de Conferências dar uma palestra numa instituição de Enfermagem da Ciência Cristã ou na Assembléia Anual de uma Comissão Conjunta da Ciência Cristã para as prisões?

Sim, os membros do Conselho de Conferências estão disponíveis para dar conferências em instituições de enfermagem ou comissões institucionais, mas fica a critério de cada organização decidir se abrirá sua reunião para uma conferência ou se terá algum tipo de palestra ou apresentação. Caso desejem uma conferência, então uma ou mais filiais precisariam patrociná-la, de acordo com o *Manual da Igreja* e trabalhar em conjunto com a instituição ou comissão, a fim de planejar o evento e contatar um conferencista. Favor ter em mente que o Conselho de Conferências “foi instituído com o propósito de alcançar o público através da tribuna e da imprensa secular” (primeira Circular do Conselho de Conferências, 1898-1899). Portanto, qualquer planejamento de conferência deverá levar em conta como o evento poderá incluir e abençoar “o público”, além daqueles que já estão familiarizados com a Ciência Cristã.

O escritório do Conselho de Conferências em Boston

**Conselho de Conferências
A Primeira Igreja de Cristo, Cientista
210 Massachusetts Avenue , P06-10
Boston MA 02115 EUA**

Fone: +1 617-450-3669

Fax: +1 617-450-3675

E-mail: lecture@christianscience.com

Membros do Conselho de Conferências

<http://christianscience.com/lectures/speakers/>

Catálogo

<http://christianscience.com/lectures/hosting/>

Anúncios de conferências em todo o mundo (em inglês)

<http://christianscience.com/christian-science-lecture-schedule.html>

Publicidade

As filiais vêm constatando que a publicidade e a propaganda são meios eficazes de trazer pessoas novas às conferências. A peça mais importante de seu plano de divulgação é o apoio metafísico. Seu apoio, em espírito de oração, à mensagem contida no material de divulgação, é essencial. Sua comunidade está ávida por aprender mais sobre o Consolador. Essa conferência é para sua comunidade e eles desejam tomar conhecimento dela!

As pessoas recebem informações de muitas maneiras: anúncios e artigos em jornais, entrevistas no rádio e na televisão, convites pessoais e volantes. É bom incluir o maior número possível de meios para divulgar sua conferência.

Abaixo algumas perguntas e respostas que lhe poderão ser úteis.

Publicidade - Impressa

Perquntas freqüentes sobre comunicados à imprensa

O comunicado à imprensa é um documento que informa a mídia impressa (jornais e revistas) sobre um evento vindouro importante. Essa informação pode ser escrita de tal maneira, que a mídia ficará interessada em promover o evento com antecedência, cobrir o evento à medida que ele acontece, e/ou entrevistar o conferencista. Os comunicados à imprensa seguem um formato básico que a mídia espera receber. Para seu uso, no final deste documento há uma planilha e uma amostra de um comunicado à imprensa. **Verifique a página com os dados biográficos do conferencista neste site ou com seu conferencista para ver se já foi criado um comunicado à imprensa para sua conferência.**

O que é que faz com que um comunicado à imprensa seja bem sucedido?

Um comunicado à imprensa bem sucedido é aquele que tem a melhor oportunidade de gerar um artigo no jornal (alguns jornais menores talvez publiquem um comunicado à imprensa conforme o receberam). Ele precisa ser totalmente profissional e deve transmitir o fato de que sua conferência vindoura estará compartilhando a Ciência Cristã — as leis sanadoras universais, úteis a todos — incluindo as pessoas de todas as tradições religiosas ou de nenhuma denominação específica.

Já tentamos comunicados à imprensa antes. Eles nunca foram publicados.

Ouvimos muitos relatos de filiais que recentemente conseguiram uma entrevista para seu conferencista, após anos sem nenhum sucesso. Suas orações em apoio ao comunicado à imprensa são importantes.

As redações são inundadas de comunicados à imprensa. Para conseguir publicar a informação sobre sua conferência no jornal, envie um comunicado à imprensa que seja simples, claro e objetivo. Tenha em mente que você está promovendo um evento — não sua igreja. O conteúdo da conferência é o que interessa ao público e se a promoção da conferência falar sobre a cura pelo Cristo como disponível a todos, ao invés de apenas a um seletto grupo de pessoas, é mais provável que o comunicado seja publicado no jornal.

Seu objetivo é fazer com que os redatores percebam o valor da notícia de seu evento vindouro e publiquem o comunicado à imprensa com poucas mudanças.

Tendo em vista que os redatores costumam receber muitos comunicados à imprensa, talvez seja útil enviar seu comunicado ao redator de uma determinada seção (Vida, Saúde, Eventos) ou a um determinado jornalista que tenha demonstrado interesse em espiritualidade ou saúde. Essas pessoas talvez tenham mais oportunidades de dar atenção ao seu comunicado.

A Assessora de Publicidade/Conferências está disponível para revisar e comentar seus rascunhos de comunicados à imprensa, a seu pedido, antes que os mesmos sejam submetidos ao seu conferencista para aprovação. Envie seu material via e-mail para lecture@christianscience.com e a assessora os revisará e os devolverá juntamente com quaisquer sugestões que ela tenha, com base naquilo que tem funcionado para outras filiais.

Apenas enviamos nossos comunicados à imprensa, de maneira impessoal, por e-mail?

Funciona melhor quando ligamos para o jornal e descobrimos como eles preferem receber um comunicado à imprensa, ou seja, via fax ou por e-mail, e a data em que devemos enviá-lo. Pergunte se eles poderiam fornecer nomes. É sempre uma boa idéia incluir uma foto do conferencista. Fotos em alta resolução, que podem ser baixadas, estão agora disponíveis na página com os dados biográficos de cada conferencista na Internet.

É sempre preferível usar um nome para contato no jornal, caso tenha um. Pergunte aos membros de sua filial se eles têm algum contato que poderiam lhe indicar.

Não é problema submeter o mesmo comunicado à imprensa para mais de um redator no jornal e para mais de um jornal, ao mesmo tempo.

Como podemos realmente escrever um comunicado à imprensa, se ninguém em nossa filial é um escritor profissional?

- Revise a planilha e as amostras fornecidas nas páginas finais deste documento.
- Realce a natureza dinâmica de sua conferência. Não importa qual o formato do evento de sua conferência, transmita um senso de que esta é uma conferência dinâmica — em que todos que a assistirem sairão dela com idéias que poderão ser colocadas em prática na vida diária.
- Forneça informações sobre quem, o que, onde, por quê, e o como de seu evento.
- Uma vez que jornalistas são pessoas muito ocupadas, eles freqüentemente imprimem o que recebem sem nenhuma alteração. Certifique-se de que a ortografia, a gramática e a pontuação estejam corretas. Eles são mais propensos a imprimir algo que não precisem editar.
- Solicite a alguém não envolvido no planejamento do evento da conferência (membro, amigo ou a Assessora de Publicidade) que leia seu rascunho e lhe dê opinião sobre o quão claramente eles compreenderam o comunicado, antes de enviá-lo ao jornal.

- Use citações diretas do conferencista em seu comunicado à imprensa para dar um toque de imediatismo e um tom jornalístico. As citações são também úteis como pontos importantes na propaganda paga.
- Mantenha seu comunicado à imprensa em linha com o noticiário. Quaisquer opiniões precisam ser confirmadas por uma citação ou uma fonte direta, ou seja, um artigo na revista Veja, ou o nome de um autor. Lembre-se, isso não é uma carta para o redator.
- Evite uma linguagem e pontuação pessoal. Isso inclui pontos de exclamação e frases que não sustentem um tom objetivo. Dicas para vender seu produto como “Por favor, venha, você não poderá perder esse evento!” não podem constar de um comunicado à imprensa. Ao incluir as boas citações fornecidas pelo conferencista e uma linguagem simples que cubra todo o conteúdo de seu tópico, você estará dizendo ao público que eles não devem perder este evento, sem ter de dizê-lo diretamente.
- Mantenha seu comunicado à imprensa breve (uma página ou menos). Atenha-se aos fatos.
- Considere a utilização de pontos biográficos sobre o conferencista, que sejam dignos de nota. Muitos conferencistas seguiram outras trajetórias profissionais antes de encontrar seu caminho para a cura baseada na oração. Procure idéias que você possa apresentar em um pequeno “anúncio biográfico” em seu comunicado à imprensa, anúncios e volantes.
- Seu conferencista passou por uma determinada crise, ou algum ponto decisivo, em sua vida que eventualmente o tenha levado a uma busca espiritual? Esse é exatamente o momento em que muitas pessoas se voltam para as idéias espirituais, ou seja, durante uma ocasião de sofrimento e de perda.

Não esqueça de enviar seu comunicado à imprensa ao conferencista para revisão, antes de enviá-lo aos jornais.

O que dizemos quando enviamos o comunicado à imprensa?

Façam com que o jornal saiba, de forma breve, por que o conferencista está vindo à cidade e como a mensagem se relaciona com uma preocupação ou uma atividade da comunidade.

Envie seu comunicado à imprensa juntamente com um volante sobre o evento. Diga-lhes que esse é seu convite pessoal e que você espera vê-los no evento. Forneça-lhes cópias adicionais para o pessoal da redação. Encoraje-os a ligar para o conferencista antes do evento para que eles possam escrever uma história ampliada (algo escrito pelo próprio articulista do jornal diz muito para o público). Convide-os a comparecerem ao evento para que possam falar pessoalmente com o conferencista, conversar com outras pessoas que estejam ali e escrever uma história sobre o evento.

Quer você consiga uma cobertura jornalística antes da conferência quer não, pergunte se você poderá enviar um comunicado à imprensa pós-evento sobre sua conferência, caso o jornalista não pretenda comparecer. Existem planilhas de comunicados pós-evento disponíveis no final deste documento. Verifique com o conferencista sobre um resumo de sua conferência que possa ser inserido nessa planilha.

Publicidade e anúncio - Rádio

Como usar o rádio para que a comunidade tome conhecimento de sua conferência.

As filiais constataram que o rádio é um excelente meio de comunicação para que a comunidade tome conhecimento da conferência! Uma filial descobriu que a entrevista e os anúncios pelo rádio foram tão eficazes que mais de 50 pessoas novas vieram à conferência, muitas das quais disseram que ouviram o conferencista no rádio e TIVERAM de vir.

As estações de rádio desejam informações. Uma estação de rádio obtém sua renda promovendo outras pessoas e suas atividades. Sua filial tem um conferencista chegando à cidade que você deseja apresentar à comunidade. O rádio está ali para ajudá-lo a fazer isso. Ao comprar os anúncios do rádio você se torna cliente da estação, ou seja, eles desejam promover sua atividade.

Como saber qual tipo de estação contatar?

Você poderá descobrir quais estações estão disponíveis em sua área acessando o site www.tvradioworld.com.

Selecione sua região e então o país. Dependendo de seu país, a informação poderá variar. Encontre a lista de estações de rádio. Essa lista deverá fornecer-lhe a seguinte informação:

- O prefixo da estação (por exemplo: CKNW)
- A qualidade do sinal em sua área
- O endereço da estação
- O formato da programação (por exemplo: Entrevistas, Roque clássico, Programação contemporânea para adultos)

Em alguns casos, encontrarão links para outros sites, que lhe darão a informação desejada. Identifique as estações de Entrevistas ou Entrevistas/Notícias disponíveis em sua área, verifique o site delas na Internet e ouça a estação. Frequentemente, o site na Internet fornecerá informações sobre anúncios (que departamento ligar, cobertura demográfica, etc.).

Para ajuda ou mais informações, favor contatar a Assessora de Publicidade.

Quando preciso conversar com o conferencista?

Antes de ligar para qualquer estação de rádio, descubra de seu conferencista qual é a agenda dele antes da conferência. Quando eles estarão disponíveis para fazer uma entrevista, tanto por telefone ou pessoalmente?

Que tipo de informação a estação pedirá?

Ao mesmo tempo em que você está fazendo pesquisas sobre as estações de rádio em sua área, você terá de criar uma Assessoria de Mídia. Isso é uma página única com informações (semelhante a um comunicado à imprensa para os jornais) que proverá a estação com as informações que eles necessitam para criar um anúncio e uma pauta para os entrevistadores sobre os tópicos para a entrevista com o conferencista. Por favor, envie uma cópia de seu rascunho final para o conferencista para sua aprovação. No final deste documento, você encontrará uma amostra de uma assessoria de mídia. **Você pode também verificar com o conferencista (ou dar uma olhada em seus dados biográficos na Internet) se já foi criada uma assessoria de mídia para sua conferência.**

Sua filial necessitará especificar uma quantia para anúncios no orçamento. O custo dos anúncios varia de estação para estação e de região para região, dependendo do mercado e da porcentagem de participação na audiência local.

A quem devo contatar e que dizer?

O site da estação na Internet freqüentemente fornece informações de contato com o departamento de vendas. Você também poderá contatar o telefone da estação e pedir para falar com o departamento de vendas.

Quando contatar o vendedor, explique que você tem um palestrante chegando à cidade e que está interessado em trabalhar com eles para apresentar o palestrante à sua comunidade. Você está interessado em comprar anúncios, como também interessado no valor agregado de uma entrevista.

Eles talvez peçam informações sobre o conferencista e o tópico da conferência. Você poderá usar sua assessoria de mídia como um recurso e dizer que a enviará, juntamente com os dados biográficos do conferencista.

Quantos anúncios devo comprar?

Você deverá comprar um mínimo de 10 anúncios em cada estação. A repetição é a maneira mais eficaz de se usar o rádio. A melhor maneira de anunciar é de 3 a 5 anúncios por dia, durante 5 dias antes da conferência. O vendedor trabalhará com você para montar um pacote de anúncios.

E se a estação disser que eles não fazem entrevistas?

Se não fizerem entrevistas, você deve contatar uma outra estação. Se, mesmo assim, desejar trabalhar com a estação inicial, você poderá negociar com o vendedor a compra de um bloco de tempo (30 minutos). Você deve procurar horários aos sábados ou domingos, depois das 10:00 da manhã. A estação trabalhará com você para produzir uma entrevista com um dos apresentadores usando a pauta que o conferencista fornecerá. Uma entrevista durante um programa regular na estação é sempre melhor do que um horário comprado. Uma entrevista faz a publicidade de sua conferência, mas em geral ela não se constitui em uma conferência em si mesma.

Quem cria o anúncio?

Pergunte ao seu conferencista se ele tem um anúncio de rádio de 30 segundos para a conferência. Existe uma amostra de anúncio de rádio no final deste documento.

Rascunhos de anúncios estão também disponíveis nas páginas com os dados biográficos de muitos conferencistas (role a tela até o rodapé da página dos dados biográficos).

Muitas estações de rádio têm pessoas que escreverão o anúncio usando a própria assessoria de mídia. Peça à estação para lhe mandar a cópia do anúncio por e-mail para que você possa revisá-lo antes que seja produzido. A estação produzirá o anúncio usando seus próprios engenheiros, locutores, etc.

Como pagamos?

Converse com o vendedor para descobrir como pagar a estação de rádio. Algumas estações preferem cartões de crédito, outras, cheques. Procure fazer o pagamento tão logo todos os detalhes estejam resolvidos. Nenhum anúncio irá ao ar até que o pagamento seja recebido.

A estação não nos dá uma resposta sobre a entrevista até próximo de o anúncio ir ao ar. O que fazemos?

Certifique-se de que o vendedor saiba que sua compra do anúncio depende da entrevista. Esteja disposto a conversar com outras estações, caso não esteja obtendo a entrevista.

Existem outras opções caso não consigamos uma estação com programas de entrevista ou não obtemos uma entrevista?

Você pode trabalhar com qualquer estação para comprar anúncios e solicitar uma entrevista. Tipicamente, estações de música têm entrevistas de somente 1 a 2 minutos de duração. Estações contemporâneas para adultos ou estações de músicas antigas têm sido as mais eficazes.

Você também pode comprar anúncios de 1 minuto, incluindo um clipe gravado pelo conferencista falando sobre o evento. Isso apresenta o conferencista e o evento aos ouvintes da rádio.

Comprei anúncios e fiz um acordo com a estação para fazer uma entrevista. O que faço agora?

Contate o conferencista para confirmar se estará disponível para a entrevista. A estação deverá dar-lhe um horário ou uma variedade de horários para sua escolha. Uma vez confirmado o horário com o conferencista, volte à estação para confirmar com eles. Descubra como será o contato do conferencista com o apresentador. A estação ligará para o conferencista (forneça a eles um número de telefone fixo, não de celular) ou o conferencista ligará para o apresentador (descubra a linha do estúdio para que o conferencista possa ligar).

Você deverá fornecer ao conferencista as seguintes informações:

- Data da entrevista
- Horário (horário do programa e o horário que eles ligarão)

- Duração do programa/duração da entrevista
- Formato (por exemplo: entrevista ao vivo por telefone ou entrevista com o apresentador)
- Informação sobre o telefonema (quem chama quem e verificar um número de telefone alternativo da estação, no caso de qualquer mal-entendido)
- Endereço da estação
- Prefixo da estação de rádio
- Programa do rádio (a maioria dos sites na Internet tem um parágrafo curto descrevendo o programa: inclui o URL)
- Apresentador da rádio (inclusive informações sobre ele)
- **No dia do evento (ou no dia anterior, caso seja um programa logo cedo pela manhã) confirme todas as informações com o conferencista e com a estação.**

Caso tenhamos uma entrevista de rádio, isso significa que não precisamos contatar os jornais?

Cada pessoa recebe informações de maneiras diferentes. Algumas pessoas ouvem o rádio, outras lêem os jornais e, ainda outras visitam a Internet. O plano de divulgação mais eficaz é aquele que cobre todas as três mídias. Por favor, veja a seção Publicidade — Imprensa deste pacote para mais informações e recursos sobre comunicados à imprensa para jornais.

Publicidade — Volantes

Volantes que possam ser impressos no tamanho de um cartaz ou reduzido a um cartão postal ou impresso no tamanho de um anúncio são uma boa maneira de divulgação. Eles podem ser colocados em vitrines, deixados em balcões de negócios ou enviados por correio como convites. **Verifique com o conferencista. Muitos já têm uma planilha de volante para sua conferência disponível na página com seus dados biográficos na Internet.** No final deste documento, você encontrará uma amostra de um volante.

O que torna um volante eficaz — um que realmente fale às pessoas para que digam: “Ó! Isso é algo que não quero perder!”

Antes que as pessoas decidam se desejam ir a um evento, elas querem saber basicamente três coisas:

- A palestra terá algum valor para mim?
- Encontrarei a informação que posso levar para casa e fazer um uso prático dela?
- A trajetória de vida do conferencista lhe dá credibilidade e autoridade para falar sobre esse tópico? A coisa mais importante é sua prática de cura da Ciência Cristã.

Dicas para o design do volante:

- Fotos que dizem muito: elas fazem com que as pessoas parem e leiam o volante. Cores atraem leitores.
- Espaços abertos ou em branco, fazem com que o volante seja fácil de ler, apenas com uma rápida olhada.
- Pontos com marcadores englobam muita informação em um formato de fácil leitura.
- Procure obter com a Assessora de Publicidade imagens eletrônicas de *Ciência e Saúde* e a permissão de uso da imagem em seu material promocional.
- Verifique no site de A Igreja Mãe na Internet <http://christianscience.com/church/branch-churches/cross-and-crown/> informações sobre o uso da marca registrada da Cruz e da Coroa.

Em caso de seminários com entrada paga, lembre-se de colocar o valor do ingresso e um número de telefone para mais informações ou para as inscrições:

- Existem diferentes taxas se eu me inscrever com antecedência, por exemplo: R\$ 20,00 com antecedência, R\$ 25,00 na porta, livro incluso no ingresso?
- Pode ser muito eficaz incluir o número do telefone celular de um membro que possa estar sempre disponível para responder às chamadas. Muitas pessoas ligam com antecedência para se inscrever nos seminários, quando o ingresso é cobrado.

Que texto é freqüentemente incluído em um volante?

- Detalhes do evento, incluindo o título, a data, o horário e o endereço do local.
- Informações sobre a mensagem da conferência
- Informações sobre a trajetória de vida do conferencista, incluindo sua prática de cura pela Ciência Cristã e que ele é membro do Conselho de Conferências da Ciência Cristã.
- Uma pequena sentença explicando o que é a Ciência Cristã
- Nome do patrocinador

Não sei usar o computador. Como posso fazer um volante?

Peça a alguém que tenha experiência com computadores para ajudá-lo. Pode ser um membro de outra igreja ou um aluno da Escola Dominical, um amigo, um estudante do ensino médio de alguma escola local ou um designer profissional. Uma vez que essa informação é para o público, ter alguém do público para ajudá-lo pode ser vantajoso. Eles farão perguntas e oferecerão comentários ao longo do caminho, que o ajudarão a burilar sua mensagem.

Decida o que você deseja dizer em seu volante. Escreva-o em um rascunho simples. Então, deixe seu “ajudante” colocá-lo no computador e começar a escolher o design e a colocação dos dizeres. **Peça amostras de volantes ao seu conferencista que ele ache que foram eficazes para outros eventos ou planilhas de volantes que ele criou para essa conferência. Muitos conferencistas têm volantes já criados para cada conferência disponíveis em suas páginas de dados biográficos na Internet.**

Muitas lojas de impressão gráfica poderão fazer o design do volante, caso você forneça o texto. Faça uma prova do design antes de imprimi-lo.

Quais são as melhores maneiras de se usar um volante?

Certifique-se que o boca-a-boca faça parte da distribuição dos volantes. Engaje os líderes das organizações comunitárias que solicitaram a conferência ou daqueles que tenham interesse no tópico, para ajudá-lo a distribuí-los. Inclua um volante em cada comunicado à imprensa que você enviar. Considere usá-los como uma inserção em um jornal local. Reduza o tamanho do volante ou use uma parte dele como anúncio impresso. Quando as pessoas vêem algo em mais de um lugar, isso aumenta seu reconhecimento do evento.

Ao invés de apenas enviar volantes por correio ou deixar pilhas deles aqui e ali, esperando que as pessoas venham pegá-los, converse antes sobre a conferência com as pessoas encarregadas dos locais aonde você irá deixá-los. Faça com que tomem conhecimento do por quê esse evento é importante para seus colegas, clientes e patrões, para que fiquem tão entusiasmados quanto você para compartilhar os volantes com os outros. Você precisa do apoio deles para ajudá-lo a divulgar a conferência.

Você pode compartilhar algumas idéias de como os membros podem nos ajudar, da maneira mais eficaz, a distribuir os volantes?

- Dê a cada membro alguns volantes.
- Peça-lhes para guardar os volantes em seus carros, bolsas, pastas, juntamente com perceijos de fixação e fitas adesivas.
- Quando saírem para sua rotina diária, eles poderão pregar os volantes nos supermercados, cafés, etc.
- Não deixe de conversar com alguém em cada local de negócios, antes de fixar o volante, para pedir autorização e conversar com eles um pouco sobre o evento, para que possam responder às perguntas dos clientes que lêem o volante.
- Peça aos membros para “checarem” os volantes, após alguns dias, a fim de se certificarem que eles não foram retirados ou cobertos por outros volantes. Se necessário, afixe outro volante.

- Não fixe os volantes cedo demais — de 7 a 10 dias de antecedência é uma boa idéia, com “checagens” durante os 3 últimos dias antes da conferência.

Alguns lugares para afixar volantes:

- Bibliotecas
- Cafés
- Supermercados
- Lojas locais
- Academias de ginástica e ioga
- Clubes esportivos
- Clínicas de psicologia
- Escolas
- Locais de cultos de outras tradições religiosas
- Hospitais

Publicidade — Idéias criativas

- Faixa anunciando sua conferência pendurada na rua principal da cidade
- Placas tipo cavalete na calçada da igreja, sala de leitura e no local da conferência
- Anúncios grandes na traseira e nas laterais dos ônibus ou menores dentro do veículo
- Contratar o correio local para deixar volantes dentro de cada caixa de correspondência, dentro de uma determinada rota postal ou de um determinado código de endereçamento postal.
- Inserções – seu volante inserido dentro de um determinado jornal
- Anunciar durante a programação prévia da seção de cinema
- Prepare um convite para enviar por e-mail
- Publique a informação no site de sua comunidade na Internet
- Por favor, envie-nos suas idéias para que possamos acrescentá-las à nossa lista!

• Propaganda

Propaganda é uma inserção na mídia paga, por exemplo, um volante de sua conferência inserido em um jornal. Um plano de propaganda ajuda a assegurar que aqueles que desejam assistir à conferência saibam quando e onde o evento se realizará.

A peça mais importante de seu plano de propaganda é o apoio metafísico. Seu apoio em oração em prol da mensagem no material de divulgação é essencial! Sua comunidade está ávida por saber mais sobre o Consolador. Essa conferência é para sua comunidade e eles desejam tomar conhecimento dela!

Nossa Assessora de Publicidade está disponível para ajudá-lo a desenvolver um plano de publicidade e a pesquisar as possibilidades de propaganda para sua conferência. Para fazer perguntas ou conseguir ajuda, por favor, queira entrar em contato com ela pelo telefone +1 617-450-3669 (se falar inglês) ou pelo e-mail (em qualquer idioma) lecture@christianscience.com.

Propaganda - Impressa

Anúncios constituem um bom suplemento ao seu plano de publicidade. Anúncios bem colocados em revistas e jornais sustentarão sua presença na mídia impressa. A pesquisa mostra que as pessoas talvez precisem ver as coisas muitas vezes antes que elas captem a mensagem. Um anúncio pequeno, bem desenhado, impresso algumas vezes pode ser mais eficaz do que um grande anúncio impresso uma única vez.

Os jornais freqüentemente têm pessoas que desenharão o anúncio, se você fornecer o texto e/ou a arte gráfica. **No final deste documento existem amostras de anúncio para ajudá-lo com idéias. Também verifique com o conferencista se ele já tem uma planilha criada para sua conferência.** Muitos conferencistas também já têm anúncios impressos para cada conferência publicados na página com seus dados biográficos na Internet (role a tela até o rodapé da página com as biografias).

Como projetar um plano de propaganda?

Revise os vários locais de mídia impressa em sua comunidade.

- Jornais locais versus jornais maiores de cidades grandes, ou ambos
- Jornais locais gratuitos ou de baixo custo e revistas que são amplamente distribuídas na comunidade
- Publicações sobre saúde, saúde mental ou sobre bem-estar, freqüentemente encontradas em lojas de alimentos naturais

Assim que você decidir em que jornais deseja anunciar, ligue para eles para obter suas taxas de anúncios. A seguir, decida qual o tamanho de anúncio seria o mais adequado às suas necessidades e orçamento e também em que parte do jornal você deseja imprimi-lo. Muitas filiais acham mais eficaz anunciar na página de entretenimento ou em alguma outra seção de variedades do jornal, juntamente com anúncios de concertos, de restaurantes e de outros locais, do que na página religiosa. Você deseja transmitir a idéia de que somos parte da comunidade, não separados dela, e que este é um evento para toda a comunidade.

Quando devemos inserir os anúncios?

Diferentes publicações terão prazos diferentes, com base na frequência com que são publicados, ou seja, diário versus semanal, etc. Uma vez que as pessoas tendem a tomar decisões sobre coisas como conferências, perto da data em que acontecerão, talvez você deseje começar sua propaganda cerca de 1 a 2 semanas antes da data da conferência.

Anúncios no rádio (Ver a seção Publicidade – Rádio deste catálogo de planejamento)

Anúncios na Televisão Muitas estações comunitárias fornecem um calendário comunitário com a relação dos eventos futuros que serão realizados na cidade. Verifique a estação comunitária em sua área para ver como os anúncios são feitos e obter informação de contato.

RECURSOS DO CONSELHO DE CONFERÊNCIAS PARA AJUDAR E APOIAR AS COMISSÕES DE CONFERÊNCIAS

Consultora de Conferência/Publicidade, Shannon Hodgins

+1-617-450-3378 (em inglês)

lecture@christianscience.com (em qualquer idioma)

Entre em contato com Shannon Hodgins para uma conversa ou troca de idéias sobre:

- Como começar a planejar uma conferência.
 - Idéias metafísicas e relatos compartilhados com outros membros.
 - Como fazer a conexão com sua comunidade – e manter a conexão
 - Maneiras de identificar um público alvo ou tópico.
 - Possíveis públicos.
 - Como abordar um grupo de serviços médicos ou serviço social
 - Pesquisar a variedade de formatos para se dar conferências.
 - Dúvidas ou preocupações que estão impedindo seu progresso.
 - Teleconferências com sua comissão ou membros sobre planejamento de conferências.
 - Ajuda com o plano de publicidade para sua conferência.
 - Tópicos e experiência do conferencista.
 - Criando material de publicidade e propaganda.
 - Permissão de uso da imagem de “Ciência e Saúde” em seu material.
 - Informações sobre quando os conferencistas estarão em sua área (com base nos formulários de Pedido de Conferência das igrejas patrocinadoras).
 - Idéias criativas que você deseja experimentar.
-

Seguem-se as amostras

PARA DIVULGAÇÃO IMEDIATA

Data: Inserir data
Contato: Inserir Nome
Fone: Inserir número
E-mail: Inserir endereço de e-mail

[Inserir nome da cidade] venha ouvir sobre o impacto que a oração pode causar!

Uma palestra intitulada, [inserir título aqui] foi proferida por [inserir o nome do conferencista aqui], conferencista internacional e praticista da cura pela Ciência Cristã, em [inserir data e horário aqui] no [inserir o endereço aqui].

A sala estava lotada de pessoas que estavam ávidas por aprender mais sobre [inserir sentenças sobre o conteúdo da conferência tiradas do comunicado à imprensa].

Durante sua palestra [inserir o nome do conferencista aqui] compartilhou: [inserir citação do conferencista aqui -3-4 sentenças sobre o conteúdo da conferência].

Após a palestra [inserir nome do conferencista aqui] encontrou-se e conversou com muitas pessoas do público. Essa palestra foi patrocinada para a comunidade pela Igreja da Ciência Cristã local, [inserir endereço aqui].
