**How to Improve Community Perception of Your Church**

**Comment améliorer la Perception de votre Eglise par la Communauté**

Par Richard Castillo

J’occupais le poste de directeur de Communication pour la Fédération de l'Oklahoma, quand nous avons réalisé une publicité de 30 secondes mettant en vedette l'une de nos enseignantes. Elle a été présentée comme une personne occupée et laborieuse qui a choisi d’équilibrer sa semaine de travail trépidante avec l’étude de la Bible, le culte et le repos pendant le jour du sabbat. Des gens sympathiques avec des visages souriants ont assisté avec elle le service du culte d’adoration. Le message publicitaire a mis l’accent sur le bonheur et la satisfaction inhérents au style de vie adventiste.

Nous avons également acheté 15 à 20 panneaux d'affichage contenant des messages similaires à Tulsa, dans l'Oklahoma, et acheté de la publicité sur Internet. Les publicités commerciales, les panneaux d'affichage et les publicités sur le Web dirigeaient les téléspectateurs vers un site internet offrant des informations sur nos convictions, ainsi que l’adresse des églises de Tulsa proposant des études bibliques et des séminaires.

Pour mesurer les réactions relatives à notre campagne, nous avons embauché une firme d’études de marché. Ils ont préparé un sondage en ligne et demandé à 200 personnes de répondre aux questions avant et après avoir visionné notre message publicitaire de 30 secondes.

Sur les 200 personnes qui ont participé au sondage, deux étaient des Adventistes du Septième Jour et 180 des chrétiens pratiquants. Les résultats de l'enquête ont été édifiants. Avant de regarder la publicité, la plupart des participants - 88% - pensaient que l'Église Adventiste du Septième Jour enseignait les principes de santé pour un mode de vie saine. Cependant, 63% pensaient que notre église était une communauté fermée qui n'offrait ses aspects positifs qu'aux membres. Plus de 50% ont considéré les membres de l'église comme des personnes peu accueillantes et qui aiment juger les autres.

Après avoir visionné la publicité de 30 secondes, l’idée que nous sommes une communauté fermée est passée de 63% à 21%! L'idée que nous aimons porter des jugements sur les autres en tant qu’église est passée de 53% à 16%. L'idée que nous pourrions être une communauté accueillante et ouverte, est passée de 48% à 66%.

Nous nous sommes assis et avons secoué la tête. Les narcissistes en nous voulaient vraiment dire : «Quelle vidéo fantastique vous avez produite.» La réalité a alors commencé à faire son chemin : la plupart des personnes qui ont participé à l'enquête n'étaient pas bien informées sur les adventistes.

Cela signifie que nous devons leur raconter notre histoire.

**Voilà comment raconter notre histoire**

**1. Soyez cohérent et intentionnel** - Utilisez les médias sociaux pour partager en permanence et de manière cohérente une impression positive de vos ministères.

2. **Rédigez votre message avec soin -** Les différents visages souriants ont plus de valeur que beaucoup de mots.

3**. La faim et les besoins peuvent être de bonnes choses** - Cela peut sembler étrange, mais les gens ont soif d'une vie meilleure et plus saine. Ils peuvent ne pas attirer par votre église pour votre théologie, mais il peut s’approcher parce que vous proposez un moyen de faire l'expérience d'une amélioration de la santé et du bonheur.

4**. Dépenser de l’argent -** Si cela vaut la peine de publier des messages sur l’internet, cela vaut la peine de payer pour atteindre plus de personnes qui ne vous connaissent pas. La bonne nouvelle est que le marketing sur les réseaux sociaux reste peu coûteux.

**5. Restez simple** - Une conception simple et intentionnelle l'emportera toujours sur les feuillets surchargés. Votre capacité à être connue comme étant l’église qui s’occupe de vous plutôt que celle qui informe, vous permettra de mieux atteindre les cœurs pour Jésus de manière tangible.

Pasteur Richard Castillo est responsable de médias et Diffusion à l'Eglise Adventiste du Septième Jour de Sligo à Takoma Park, dans le Maryland.