**2023ABCD**  **RECURSO PAROQUIAL**

**MANUAL**

**Índice**

Caso para Suporte 3

Funções e Responsabilidades 5

ABCD Datas Importantes6

Guia de Preparação e Freguesia ABCD "Como fazer" 8

* ABCD Materiais e Entrega 8
* Treinamentos ABCD 8
* Fim de semana de introdução (Jan 14-15) 9
* Fim de semana de pré-anúncio (21-22 de janeiro)9
* Fim de semana de anúncio (Jan 28-29)9
* Fim de semana de compromisso (Fev 04-05)9
* Fim de semana de acompanhamento (Fev 11-12)10

Processamento e Relatórios de Presentes12

* Processamento na Paróquia 12
* Processamento ADOM para a Paróquia 12
* Processamento após 28 de fevereiro13
* Processamento e Informações Gerais de Presentes14
* Relatórios ABCD 14

Anúncios do Boletim15

* 21 de janeiro a 2215
* 28 de janeiro a 2915
* Fevereiro 04-0516
* 11 de fevereiro a 1216
* Semanas seguintes a 13 de fevereiro 17
* Meses a partir de março18

Oração das Intercessões Fiéis 19

Comunicações com doadores20

* Carta de Agradecimento/ Obrigado 20
* Carta de Acompanhamento/ Não Deu 21
* Carta de Acompanhamento a Meio do Ano/ Atrasada em Compromissos22

Ferramentas de Marketing Paroquial 24

Piscina de alto-falantes ABCD 24

ABCD Materiais e Logo25

Informações de contato da Development Corporation 26

Perguntas Frequentes (FAQ)27

# Caso para Suporte

Nos últimos 65 anos, a Arquidiocese de Miami tem trazido o amor de Cristo às pessoas - não importa quem elas são ou onde vivem. Isso foi possível, em parte, por causa de pessoas como você. Através da Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo, a ABCD, você ajuda a igreja a levar o dom do amor de Deus aos mais necessitados – acima e além do que acontece em sua paróquia. As boas obras que a ABCD torna possível são um testemunho de nossa fé, nosso amor e nossa compaixão.

Então, eu lhe pergunto: qual será o seu legado? O que você está fazendo agora que será lembrado? Que impacto você está causando nos outros? Aqueles que deixam um legado duradouro são aqueles que seguem os dois mandamentos mais importantes: *Ame a Deus de todo o coração* e ame *os outros como a si mesmo.*

## ABCD Passado, Presente, Futuro

ABCD é ...

O ABCD é o Amor traduzido em gestos e ações concretas, ajudando os necessitados com os meios para superar dificuldades e obstáculos.

A ABCD reintroduz a Esperança no mundo, ajudando a viúva, o órfão, o estrangeiro, o oprimido e o pobre. A ABCD também trabalha para proteger os direitos e a dignidade de todos.

A ABCD é uma Caridade promovida em unidade e fraternidade para apoiar os muitos ministérios da Igreja Católica nos três concelhos da nossa Arquidiocese.

A ABCD é Universal. Programas atendidos por meio da ABCD investem na vida dos outros. Servimos não porque eles são católicos, mas porque somos católicos.

**Funções e Responsabilidades**

**Pastor:**

* Fornece liderança espiritual, incentivando a doação sacrificial e a participação ativa na ABCD.
* Personalizar homilias e outras plataformas de comunicação relacionadas à ABCD, inclusive mostrando o vídeo da ABCD em todas as missas durante o Fim de Semana de Compromisso.
* Comunica-se com o Escritório de Desenvolvimento da ADOM para a correta execução da campanha ABCD.

**Escritório de Desenvolvimento da Arquidiocese de Miami:**

* Servir como ligação entre a Arquidiocese de Miami e a paróquia.
* Colabora com o Pastor e a equipe paroquial para garantir uma campanha de sucesso.
* Fornecer recursos, materiais, informações e suporte durante toda a campanha da ABCD.
* Auxiliar no processamento de presentes da ABCD, incluindo o fornecimento de treinamento aos membros da equipe paroquial.
* Forneça relatórios oportunos de presentes ABCD e progresso de metas.

**Coordenador Paroquial do ABCD:**

* Supervisiona o processo da ABCD a nível paroquial.
* Assegurar a adequada exposição e divulgação dos materiais da ABCD na freguesia.
* Garantir que os anúncios do boletim da ABCD e a oração das intercessões fiéis sejam incluídos para cada Missa de acordo com a linha do tempo da ABCD.
* Revise e inspecione a entrega de material ABCD para garantir que ele seja preciso antes do Fim de Semana de Compromisso, incluindo o teste do vídeo ABCD.
* Fornecer ao Escritório de Desenvolvimento da ADOM informações atualizadas sobre paroquianos e novos paroquianos ao longo do ano.
* Comunica-se regularmente com o Escritório de Desenvolvimento do ADOM relacionado a qualquer problema, preocupação ou solicitação do ABCD.
* Reconciliar as promessas e presentes da ABCD semanalmente com o Escritório de Desenvolvimento da ADOM.

**Voluntários Paroquiais:**

* Auxilia na preparação e exibição de todos os materiais do Fim de Semana de Compromisso e do Fim de Semana de Acompanhamento antes das Missas.
* Auxiliar na coordenação do processo in-pew.
* Auxiliar conforme solicitação do Pastor ou Coordenador da Paróquia ABCD.

**ABCD Datas Importantes**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DESCRIÇÃO | **DATA** | **HORA** | **LOCALIZAÇÃO** |
| Missa de Agradecimento e  O arcebispo Coleman Carroll  Indução da Sociedade Legada | 19 Novembro 2022 | 17:30 | Catedral de  Santa Maria |
| Fim de Semana de Lembrete de Fim de Ano da ABCD  *\* As paróquias anunciam o*  *importância do EOY ABCD* | 20 Novembro 2022 | TODAS AS FREGUESIAS | |
| Terça-feira de Doação | terça-feira, 29 de novembro de 2022 | Fim de Ano Dando Presentes ABCD para o Próximo Ano | |
| Almoço dos Pastores | terça-feira, 29 de novembro de 2022 | 11:00  Salão Paroquial de Santa Marta | |
| Recepção ABCD Broward Cocktail | quinta-feira, 1 de dezembro de 2022 | 18:00 – 20:00  Viveiro Cielo Fazendas  Ranchos do Sudoeste, FL | |
| Coquetel ABCD Dade Recepção | 7 Dezembro 2022 | 18:00 – 20:00  Vila Woodbine (Villa Woodbine)  Coqueiral FL | |
| Correspondência do Arcebispo da ABCD  A Todos os Paroquianos | Semana de 9 de Janeiro | TODAS AS FREGUESIAS | |
| Entrega de Materiais ABCD | Semana de 9 de janeiro | TODAS AS FREGUESIAS | |
| Recibos de Impostos 2022 Enviados pelo Correio | terça-feira, 10 de janeiro de 2023 | Envio aos doadores para doações agregadas ABCD de  $150 ou mais | |
| Treinamento ABCD  Processamento no Escritório de Desenvolvimento | terça-feira, 10 de janeiro de 2023 | 10:30 –  12:00 meio-dia | Reunião Virtual \*Zoom |
| Treinamento ABCD  Processamento na Paróquia | terça-feira, 10 de janeiro de 2023 | 13:00 –  14:30 | Reunião Virtual \*Zoom |
| Treinamento ABCD  Processamento na Paróquia | quarta-feira, 11 de janeiro de 2023 | 10:30 –  12:00 meio-dia | Reunião Virtual \*Zoom |
| Treinamento ABCD  Processamento no Escritório de Desenvolvimento | quarta-feira, 11 de janeiro de 2023 | 13:00 –  14:30 | Reunião Virtual \*Zoom |
| Treinamento ABCD  Processamento na Paróquia | 12 Janeiro 2023 | 10:30 –  12:00 meio-dia | Reunião Virtual \*Zoom |
| Treinamento ABCD  Processamento no Escritório de Desenvolvimento | 12 Janeiro 2023 | 13:00 –  14:30 | Reunião Virtual \*Zoom |
| Início dos Relatórios Semanais da ABCD | 13 Janeiro 2023 | TODAS AS FREGUESIAS | |
| ABCD Fim de semana de Introdução | 14 e 15 de janeiro de 2023 | Antecipação do  Carta do Arcebispo e  colocar cartazes ABCD em torno da freguesia | |
| Começam os Anúncios do Boletim ABCD e a Oração das Intercessões Fiéis | 21 e 22 de janeiro de 2023 | TODAS AS FREGUESIAS | |
| Fim de semana de anúncio da ABCD  *\* Paróquias anunciam que o Fim de Semana de Compromisso da ABCD é no próximo fim de semana\** | 28 e 29 de janeiro de 2023 | TODAS AS FREGUESIAS | |
| Fim de Semana de Compromisso ABCD  *\*Show ABCD Video em TODAS as Missas\** | 4 e 5 de fevereiro de 2023 | TODAS AS FREGUESIAS | |
| Fim de Semana de Acompanhamento ABCD | 11 e 12 de fevereiro de 2023 | TODAS AS FREGUESIAS | |
| Começa o faturamento do ABCD Pledge 2023 | 6 Março 2023 | TODAS AS FREGUESIAS | |

**Guia de Preparação do ABCD / Freguesia "Como Fazer"**

Por favor, aproveite ao máximo os recursos fornecidos e lembre-se de que a ADOM Development Corporation está aqui para ajudá-lo durante toda a Campanha ABCD. Aqui estão algumas maneiras de se preparar para a próxima Campanha ABCD:

**Entrega e Preparação de Materiais ABCD**

Na semana de 9 dejaneiro, cada freguesia receberá um pacote dos materiais da ABCD que solicitou. Por favor, reveja o conteúdo do pacote para garantir que o pedido de materiais paroquiais foi devidamente cumprido. Neste momento, a paróquia também deve testar o DVD de vídeo da ABCD usando o mesmo dispositivo que será usado nas missas. Se houver algum problema ou preocupação com algum dos materiais da ABCD da paróquia, entre em contato com a Corporação de Desenvolvimento pelo telefone (305) 762-1243 o mais breve possível.

**Treinamentos ABCD**

Os Treinamentos ABCD são uma ótima maneira de os Coordenadores da ABCD obterem informações importantes sobre a próxima campanha da ABCD, bem como aprenderem as etapas para o processamento dos presentes da ABCD. Todas as datas e horários dos treinamentos estão disponíveis nas Datas Importantes do ABCD, por isso não deixe de se inscrever no seu treinamento preferido o mais rápido possível.

**Linha do tempo** do ABCD In-Pew

Fim de semana de introdução - 14 e 15 de janeiro

1. Os cartazes da ABCD devem ser colocados em toda a freguesia.
2. O Pastor anuncia a ABCD em antecipação à carta do Arcebispo, que deve ser recebida na semana seguinte pelos paroquianos.
3. Sugestão: depoimento no final da Missa de uma testemunha sobre o impacto da ABCD (seminarista, ministérios, respeito à vida, etc.) .

Fim de semana de pré-anúncio - 21 e 22 de janeiro

1. Do púlpito, o Pastor fala sobre a mordomia a nível diocesano e como a Igreja Católica é mais do que apenas o que acontece a nível paroquial.
2. A paróquia inicia os anúncios do boletim e a adição da intercessão pela Oração dos Fiéis (ver anúncios do boletim e oração das intercessões dos fiéis).
3. Insira o Panfleto/Boletim ABCD Insira em todos os Boletins de cada Missa.
4. Sugestão: depoimento no final da Missa de uma testemunha sobre o impacto da ABCD (seminarista, ministérios, respeito à vida, etc.) .

Fim de semana de anúncio – 28 e 29 de janeiro

1. O Pastor anuncia o ABCD do Púlpito em todas as Missas para considerar em espírito de oração qual dom eles farão na próxima semana na Missa. É importante falar sobre o que é o ABCD e como ele serve a nossa comunidade católica, bem como o objetivo paroquial do ABCD, etc.
2. Coloque os folhetos da ABCD nos bancos para os paroquianos revisarem.
3. Os anúncios de boletins e a oração das intercessões de fé continuam (ver anúncios de boletins e oração das intercessões fiéis).
4. Sugestão: depoimento no final da Missa de uma testemunha sobre o impacto da ABCD (seminarista, ministérios, respeito à vida, etc.) .

Fim de Semana de Compromisso - 04-05 de fevereiro

1. Compreenda envelopes e folhetos em todos os bancos para todas as missas.
2. Os anúncios de boletins e a oração das intercessões de fé continuam (ver anúncios de boletins e oração das intercessões fiéis).
3. Sob a liderança de seu pastor, o apelo no banco desempenha um papel muito importante no sucesso geral da Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD). Os pontos a seguir descrevem o processo recomendado para conduzir o recurso no banco de reservas no Fim de Semana de Compromisso.
   1. Durante a homilia, o Celebrante deve incorporar uma mensagem de retorno de dons a Deus em troca de suas abundantes bênçãos através da ABCD. A homilia enfatizará a importância do Apelo à Arquidiocese e aos ministérios que se beneficiam do dinheiro que ela arrecada.
   2. O Vídeo ABCD deve ser exibido durante a Homilia ou após a Comunhão.
   3. Durante o apelo no banco, o pastor deve assumir seu próprio compromisso, modelando o ato de mordomia para os outros.
   4. Por favor, compartilhe a meta de dólar da paróquia e a meta de participação. Peça a todos os indivíduos/famílias que se comprometam com o ABCD proporcional e sacrificialmente de acordo com seus meios e bênçãos. Enfatizar a participação de 100% testemunhará o compromisso da paróquia com a mordomia. Note que nenhum presente é muito pequeno.
   5. Orientar os paroquianos através do processo de preenchimento do envelope de penhor, que pode então ser arrancado do envelope e inserido nele, juntamente com qualquer dinheiro ou cheques. Peça àqueles que já assumiram seu compromisso através do correio que preencham um envelope também, simplesmente escrevendo "Amém" ou uma intenção de oração que tenham para o Arcebispo lembrar em uma missa privada. (Isso dá a todos os paroquianos uma impressão de participação total.)
   6. Convide todos a colocarem seus formulários/envelopes de compromisso no Ofertório. O celebrante deve fazer o mesmo.

Fim de semana de acompanhamento – 11 e 12 de fevereiro

1. Compreenda envelopes e folhetos em todos os bancos para todas as missas.
2. Os anúncios de boletins e a oração das intercessões de fé continuam.
3. No momento da Homilia, os paroquianos são convidados a preencher um envelope de penhor se não o fizeram anteriormente.
4. O pastor agradece àqueles que responderam generosamente enquanto fornecem uma resposta sobre o quão perto / longe de seu objetivo eles estão.
5. Se possível, os nomes dos doadores ABCD devem ser incluídos no boletim. Se não esta semana, então nas semanas seguintes. Certifique-se de não incluir aqueles que pediram para permanecer anônimos.
6. Neste momento, se a paróquia tiver um boletim eletrônico, ela deve compartilhar o vídeo da ABCD eletronicamente com seus paroquianos pedindo-lhes para assumir um compromisso, se eles ainda não fizeram um presente. esta é também uma boa oportunidade para reconhecer aqueles que assumiram um compromisso (excluindo aqueles que optam por ser anônimos).

**Processamento e Relatórios de Presentes**

**Processamento na Paróquia**

O processamento na paróquia pode começar a qualquer momento de janeiro a 28 de fevereiro usando nosso sistema de processamento baseado na web. Abaixo está um instantâneo do mapa de processamento paroquial (disponível em tamanho real eletronicamente na guia de recursos paroquiais on-line).

NOVO MAPA

**Processamento ADOM para a Paróquia**

A ADOM Development Corporation auxilia muitas paróquias com o processamento de presentes ABCD por uma variedade de razões, como falta de recursos, mudança de pessoal, etc. Embora o Escritório de Desenvolvimento esteja feliz em poder ajudar as paróquias com o processamento de seus dons, a paróquia ainda precisa tomar as medidas necessárias para preparar as promessas e os dons para processamento antes de enviá-los ao Centro Pastoral para processamento. Abaixo está um instantâneo do processamento ADOM para o mapa paroquial (disponível em tamanho real eletronicamente na guia de recursos paroquiais on-line):

NOVO MAPA

**Processamento após 28 de fevereiro**

O faturamento do Compromisso começa na primeira semana de março. É essencial que todos os dons, especialmente as promessas, sejam processados e registrados antes do primeiro relatório de faturamento do penhor, para que os paroquianos não fiquem para trás em seus pagamentos de promessas. Como tal, após o dia 28 defevereiro, todas as paróquias devem seguir o mapa abaixo para processamento de presentes ABCD:

**Informações gerais sobre processamento de presentes**

* TODAS as promessas, presentes e pacotes de processamento da ABCD devem ser enviados imediatamente ao Escritório de Desenvolvimento da ADOM (sob nenhuma circunstância as paróquias devem manter cheques ou presentes por um período prolongado).
* Todos os pacotes enviados para a Arquidiocese de Miami para processamento devem ser enviados através de um método segurado / alfandegado e rastreável, tais como:
  + Correio Bonded.
  + FedEx com seguro (não envie dinheiro); ou
  + Entregue à mão.
* Todos os presentes e envelopes ABCD devem ser enviados em sacos invioláveis.
* Todas as entregas ao Gabinete de Desenvolvimento serão registadas e recebidas.

**Relatórios ABCD**

O Escritório de Desenvolvimento está comprometido em fornecer serviços de relatórios de alta qualidade, examinando continuamente os serviços que fornecemos e buscando soluções inovadoras. Atualmente, o ABCD Reporting está disponível on-line por meio de um parceiro terceirizado, a GivingTrend.

Através do GivingTrend, você e sua equipe paroquial têm acesso a um site seguro que permite que você / eles visualizem e / ou baixem uma ampla variedade de relatórios. Esses relatórios podem ser baixados em um formato imprimível ou podem ser exportados para uma planilha. Isto permite que a vossa junta de freguesia aceda à informação no formato mais útil para si. Além disso, os relatórios da ABCD são enviados por e-mail para as paróquias todas as sextas-feiras.

As freguesias devem estar a conciliar-se com os relatórios da ABCD que são enviados semanalmente à freguesia. Se semanal é muito pesado, então mensal, no mínimo. Se houver problemas ou preocupações com o relatório da ABCD, eles devem ser abordados imediatamente com o Escritório de Desenvolvimento.

O Gabinete de Desenvolvimento também está apto a ajudar as freguesias com relatórios personalizados ao longo do ano. Alguns exemplos de relatos que a freguesia pode necessitar, de tempos a tempos, são:

* Relatório Completo do Doador. Este relatório forneceria todas as informações atualizadas sobre os doadores para qualquer campanha, incluindo se o doador optou por permanecer anônimo.
* Prospecção de recursos:
* LYBUNTS (Ano passado, mas não este ano.) Veja aqueles que deram ao Apelo do ano passado*,* mas não este ano. Muito útil para acompanhamento.
* SYBUNTS (Alguns anos, mas não este ano.) Veja aqueles que deram ao *Apelo* em anos anteriores, mas não este ano.

Para obter acesso ao GivingTrend ou com quaisquer necessidades, problemas ou preocupações de relatórios, entre em contato com o Escritório de Desenvolvimento pelo telefone (305) 762-1243 ou visite: www.adomdevelopment.org/abcdreports.

Anúncios de Boletim

*Por favor, use estes exemplos de anúncios de boletins junto com o logotipo da ABCD em seus boletins semanais de acordo com a programação abaixo:*

**21 a 22 de janeiro**

***ABCD - Legado do Amor***

Jesus deixou um belo legado de amor – um amor unificador. É um dos maiores dons que Ele nos deu, e nossa fé nos chama a viver esse amor, compartilhando-o com os outros. Seu amor é bondoso e paciente; ela está resistindo a tempos difíceis e se alegra com a verdade. O amor que somos chamados a viver não é encontrado no sucesso da carreira ou nas coisas materiais, mas está centrado em Jesus e em viver seu legado ajudando os outros e mantendo-os em nossos corações, como Ele fez.

Através da Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo, a ABCD, você ajuda a igreja a levar o dom do amor de Deus aos mais necessitados – acima e além do que acontece em sua paróquia.

**28 e 29 de janeiro**

***ABCD - Legado de Esperança***

Não basta dizer que somos cristãos: devemos viver a fé, não só com as nossas palavras, mas com as nossas acções. Convido-vos a dar um dom de esperança – um autêntico acto de amor – abrindo os vossos corações em apoio à ABCD e a doar hoje. Cada presente faz a diferença e muda vidas.

Cada presente abre a porta para um amanhã melhor, uma vida melhor e um futuro mais esperançoso. Mesmo um pequeno presente pode fazer uma grande diferença. Individualmente, podemos mudar nossa própria vida, mas juntos, podemos mudar o mundo.

**Fevereiro 04-05**

***ABCD - Legado da Caridade***

Nos últimos 65 anos, a Arquidiocese de Miami tem trazido o amor de Cristo às pessoas - não importa quem elas são ou onde vivem. Isso foi possível, em parte, por causa de pessoas como você. Através da Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo, a ABCD, você ajuda a igreja a levar o dom do amor de Deus aos mais necessitados – acima e além do que acontece em sua paróquia. As boas obras que a ABCD torna possível são um testemunho de nossa fé, nosso amor e nossa compaixão.

Qual será o seu legado? O que você está fazendo agora que será lembrado? Que impacto você está causando nos outros? Aqueles que deixam um legado duradouro são aqueles que seguem os dois mandamentos mais importantes: *Ame a Deus de todo o coração* e ame *os outros como a si mesmo.* Faça um presente de amor e esperança para a ABCD hoje.

**11 e 12 de fevereiro**

Unidos pelo amor de Deus, sejamos Um na *Fé, Um na Esperança e Um na Caridade.*  Se você ainda não respondeu ao ABCD deste ano, precisamos de você! Por favor, em espírito de oração, considere espelhar o amor de Cristo, colocando sua fé em ação, fazendo um presente hoje. Mesmoum pequeno presente pode fazer uma grande diferença. Você pode obter um envelope de penhor do escritório paroquial ou pode fazer um presente on-line em [www.isupportabcd.org](http://www.isupportabcd.org). Obrigado e que Deus os abençoe!

**18-19 de fevereiro**

Jesus deixou um belo legado de amor – um amor unificador. É um dos maiores dons que Ele nos deu, e nossa fé nos chama a viver esse amor, compartilhando-o com os outros. Seu amor é bondoso e paciente; é altruísta e humilde; ela está resistindo a tempos difíceis e se alegra com a verdade.

O amor que somos chamados a viver não se encontra no sucesso da carreira ou nas coisas materiais, mas está centrado em ajudar os outros. Através do vosso apoio à ABCD, ajudais a nossa Igreja Católica aqui no Sul da Florida a chegar aos irmãos e irmãs de que Jesus fala no Evangelho. Estamos honrados por sua generosidade e apoio à Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD). A vossa generosidade sacrificial testemunha verdadeiramente a nossa fé e a essência de ser uma encarnação da Igreja. Se você ainda não fez o seu presente, por favor, doe hoje!

**25 e 26 de fevereiro**

Estamos honrados por sua generosidade e apoio à Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD). Sua generosidade sacrificial para com a ABCD realmente dá testemunho de nossa fé e nos ajuda a levar Cristo às pessoas, não importa quem elas são ou onde estejam.

Se você ainda não respondeu ao ABCD deste ano, precisamos de você! Por favor, em espírito de oração, considere espelhar o amor de Cristo, colocando sua fé em ação, fazendo um presente hoje. Mesmoum pequeno presente pode fazer uma grande diferença. Você pode obter um envelope de penhor do escritório paroquial, ou você pode fazer um presente on-line em [www.isupportabcd.org](http://www.isupportabcd.org). Obrigado e que Deus os abençoe!

**Para as semanas seguintes a 28 de** fevereiro

*Para manter os paroquianos engajados e informados sobre o progresso da vossa paróquia com a ABCD, encorajo-vos a fazer o seguinte:*

* *Publique os nomes dos doadores com um "obrigado" no boletim, nas mídias sociais ou no site da paróquia (****Por favor, note*** que  *não publique o(s) nome(s) dos doadores que optarem por permanecer anônimos; e*
* *Anuncie em seu boletim os resultados da paróquia para a ABCD que é como os abaixo:*

**OBRIGADO PELO SEU PRESENTE!**

A ABCD apoia os muitos ministérios da Igreja Católica nos três municípios de nossa Arquidiocese – esses ministérios representam maneiras concretas pelas quais realizamos o que chamamos de obras de misericórdia espirituais e corporais. A Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD) existe por causa da generosidade de pessoas como vocês, pessoas que nos bons e nos maus momentos mantêm seu apoio à Igreja em sua lista de grandes prioridades.

A partir de hoje, (número de respostas) \* do nosso (número de famílias paroquiais) responderam ao pedido de ajuda. Graças à generosidade de muitos, o ABCD pode trazer esperança, servindo os outros em seu momento de necessidade, ajudar nossos alunos a continuar em sua jornada de aprendizado e prepará-los para o futuro e criaruma voz unificada para a paz e a dignidade de toda a vida humana. Juntos, somos Um na *Fé, Um na Esperança e Um na Caridade.*

Se você ainda não fez um presente para a ABCD, precisamos de sua ajuda para alcançar nossa meta paroquial de (meta paroquial). Por favor, faça sua promessa e devolva-a ao escritório da igreja ou na cesta de coleta. Estamos confiantes de que, com a ajuda de Deus e a vossa, nos uniremos como comunidade católica e difundiremos o amor de Cristo para além das portas da nossa paróquia.

*\*Nota importante: por favor, insira as informações nas seções, conforme necessário. Se você preferir substituí-lo pelos dólares arrecadados em vez de baseá-lo na participação, por favor, ajuste de acordo.*

**Para os meses que começam em março**

*Especialmente para as paróquias que estão sob objetivo ou paróquias que lutam para recolher suas promessas ao longo da campanha da ABCD, recomendo que cada paróquia coloque um anúncio de boletim uma vez por mês* ***, como*** *o anúncio abaixo:*

**Progresso da Paróquia ABCD** 2023

Obrigado por sua participação e apoio à Campanha Anual de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD). Todos os anos, a nossa paróquia conta com o apoio da nossa comunidade para que possamos não só alcançar a nossa meta paroquial, mas também para que possamos unir-nos como comunidade católica e difundir o amor de Cristo para além das portas da nossa paróquia.

Se você fez uma promessa, obrigado por sua generosidade contínua para cumprir essa promessa. Se você ainda não fez um presente, por favor, considere fazer um presente para o ABCD hoje! Abaixo está um resumo do desempenho da nossa paróquia em 2023 no ABCD:

OBJETIVO PAROQUIAL: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

MONTANTE PENHORADO: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

VALOR PAGO: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

SALDO RESTANTE: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Através de sua generosidade, servimos centenas de milhares de indivíduos e famílias em nossa comunidade católica através do alcance, formação, evangelização e adoração. Seu apoio é verdadeiramente apreciado! Obrigado e que Deus os abençoe!

**Oração das Intercessões Fiéis**

**21 e 22 de janeiro de 2023**

Oramos para que nós, como seguidores de Cristo, reconheçamos que somosmissionários e discípulos e devemos espalhar a Boa Nova do amor de Cristo através de nossas palavras e ações. Ajuda-nos a ser compreensivos e perdoadores de todos aqueles que encontramos. Guia-nos enquanto nos preparamos para apoiar a campanha ABCD deste ano para melhor servir os necessitados em nossa comunidade, oramos ao Senhor.

**28 e 29 de janeiro de 2023**

Pela nossa Igreja. Que possamos aprender a orar com honestidade e humildade, ouvindo a oração de Deus para nós, abertos a experimentar a grande profundidade da misericórdia e do amor de Deus, e que, através de nossa generosidade para com a Campanha de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD), possamos fornecer esperança aos necessitados em toda a nossa arquidiocese, rezemos ao Senhor.

###### 04 a 05 de fevereiro de 2023

Para o sucesso da Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD), e para que possamos reconhecer nossa necessidade de amar e ajudar os outros. Oramos pela graça de praticar nosso amor ao próximo com humildade e sem orgulho e publicidade, percebendo que nossos talentos e tesouros são dons dados a nós por Deus, oramos ao Senhor.

###### 11 e 12 de fevereiro de 2023

Por todos os sacerdotes, religiosos, clérigos e leigos que oferecem seus dons diariamente para levar a luz de Cristo aos outros através dos ministérios apoiados pela Campanha de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD), rezamos ao Senhor...

T

###### 18 e 19 de fevereiro de 2023

T hat podemosser uma testemunha do amor de Cristo, praticando a caridade e promovendo a justiça e a paz em todo o mundo, e that nós consideramos em espírito de oração como podemos ajudar a atender às necessidades de nossa comunidade através da Campanha de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD), oramos ao Senhor.

**Comunicações do Doador**

**Agradecimento/ Carta de Agradecimento**

A Arquidiocese envia uma carta de agradecimento a todos os doadores da ABCD que fazem um presente de US $ 250 ou mais. Também organizamos uma missa de Agradecimento em novembro para todos os doadores da ABCD. No entanto, é essencial que as paróquias também agradeçam aos seus paroquianos pelo apoio à ABCD. Abaixo está um exemplo de carta de agradecimento / reconhecimento que pode / deve ser modificada pela paróquia:

EXEMPLO DE CARTA DE AGRADECIMENTO DA PARÓQUIA

Data

«nome»

«addr\_line1»

«cidade», «estado» «zip»

Prezada «saudação»,

Obrigado por sua generosa promessa de "penhor" de dólares para a Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo de 2023 (ABCD) e por abraçar o chamado para tornar Deus presente em sua vida cotidiana. Como pastor, posso dizer-lhe que sua generosidade é muito apreciada, e nós a administraremos para dar bons frutos.

Por causa de seu dom sacrificial, nossa comunidade paroquial permanece vibrantemente unida à nossa comunidade católica aqui no sul da Flórida, servindo a Igreja além do que acontece aqui em nossa paróquia. Este ano, nossa igreja incluiu uma declaração de impacto que compartilha quem está sendo ajudado e como. Por exemplo, quantos missionários são apoiados, o número de batismos ou como programas como Celebrate Recovery ou Vacation Bible School estão impactando a vida das pessoas.]

Através de sua generosidade e participação no ABCD, trazemos esperança servindo os outros em seu momento de necessidade, nos solidarizamos com todos os nossos irmãos e irmãs para elevar uma voz unificada pela paz e pela dignidade de toda a vida humana, e levamos Cristo a todos, em todos os lugares. Em nome de todos aqueles que são atendidos através da ABCD, obrigado.

Estai certos das minhas orações por vós e pela vossa família. Deus os abençoe sempre.

Atenciosamente vossos em Cristo,

Nome do Pastor

Paróquia

**Carta de acompanhamento/ Ainda não dei**

Há alguns paroquianos que não respondem ao primeiro apelo à ação para a ABCD. Isso pode acontecer por várias razões, por isso é importante que as paróquias(além dos apelos adicionais que a ADOM faz) façam todos os esforços para acompanhar os paroquianos que não se comprometeram com a ABCD em nenhuma campanha. Abaixo está um exemplo de carta que pode ser modificada pela paróquia para este fim.

EXEMPLO DE CARTA DE ACOMPANHAMENTO POR FREGUESIA (AINDA NÃO FORNECIDA)

Data

«nome»

«addr\_line1»

«cidade», «estado» «zip»

Prezada «saudação»,

No ano passado, nossos esforços totais de captação de recursos totalizaram [soma]. Isso é algo de que todos podemos nos orgulhar. Através de suas doações, podemos continuar a financiar [o programa da igreja] e a atingir [meta]. Somos extremamente gratos por toda e qualquer doação recebida este ano. Juntos, somos a Igreja e precisamos apoiar uns aos outros. Uma maneira de fazer isso é através da ABCD, que serve a comunidade católica no sul da Flórida além do que acontece em nossa paróquia. Somos maiores do que uma paróquia, somos uma Igreja universal chamada a unir-se para partilhar o amor de Cristo com os outros.

[Algo específico sobre como sua generosidade beneficiará diretamente a igreja]. Se você tiver alguma dúvida sobre como seus presentes estão sendo usados, sinta-se à vontade para entrar em contato com [nome] através de [informações de contato]. Estamos ansiosos para um grande ano por vir. Nossa mais uma vez sincera gratidão por suas generosas contribuições.

Juntos, somos a Igreja. Obrigado e que Deus os abençoe!

Atenciosamente vossos em Cristo,

Pastor, Nome da Freguesia

**Carta de Acompanhamento Semestral / Atraso nos Pagamentos de Promessas**

Um dos desafios de qualquer fundo anual é o cumprimento de promessas. É importante que cada paróquia monitore seu progresso em direção à sua meta ABCD com base no dinheiro antecipado e real coletado. Se a paróquia tiver paroquianos que caem inesperadamente (ou seja, fora do cronograma de pagamento do penhor selecionado), a paróquia pode considerar o acompanhamento com esses doadores para enfatizar a importância e o impacto do cumprimento de sua promessa. Isso, é claro, pode ser complicado. Abaixo está um exemplo de carta que pode ser editada e usada pela paróquia nessas circunstâncias; no entanto, incentivamos você a trabalhar com a equipe de Desenvolvimento para obter o relatório correto e revisar a carta antes do envio.

AMOSTRA DE ACOMPANHAMENTO A MEIO DO ANO POR FREGUESIA (ATRÁS DAS PROMESSAS)

Data

«nome»

«addr\_line1»

«cidade», «estado» «zip»

Prezada «saudação»,

Obrigado por abraçar o chamado à ação para tornar Deus presente em nossas vidas cotidianas, fazendo um presente sacrificial para a Unidade de Caridade e Desenvolvimento do Arcebispo (ABCD). O vosso generoso compromisso apoia a Igreja Católica aqui no sul da Flórida, para além do que acontece na nossa paróquia, ajudando as pessoas necessitadas, ajudando paróquias/escolas pobres, apoiando ministérios e muito mais.

Estes são tempos desafiadores. Ó a vossa fé foi provada pelas inevitáveis decepções e tragédias que esta vida traz; No entanto, temos sustentado e lembrado que o Senhor é fiel às Suas promessas. O vosso compromisso com a ABCD permite que a Igreja continue a ser um farol de esperança – uma luz para o mundo.

Obrigado pelo seu compromisso com a ABCD. Seu apoio muda tantas vidas, por isso, se, por algum motivo, você não for capaz de cumprir sua promessa, entre em contato com o escritório paroquial. Obrigado por vos unirdes a mim para serdes Um na *Fé, Um na Esperança e Um na Caridade*. Deus te abençoe!

Atenciosamente vossos em Cristo,

Pastor

Nome da Freguesia

# **Estratégias de Marketing Paroquial**

O Escritório de Desenvolvimento delineou algumas estratégias para atrair e engajar os paroquianos durante a campanha da ABCD:

# Dicas de Marketing para 2023

# A mídia social é o lugar para comercializar seus negócios e alcançar seus clientes em toda parte. Não importa em quais plataformas você esteja, é importante revisar regularmente suas contas de mídia social. Isso ajudará você a avaliar o que está funcionando e quais oportunidades estão disponíveis para expandir sua empresa, além dos benefícios gerais da verificação de desempenho.

1. [Redefinição de objetivos de conteúdo](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-0)
2. [Acompanhando o desempenho do conteúdo](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-1)
3. [Adaptando o conteúdo aos clientes dos sonhos](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-2)
4. [Foco na experiência do usuário](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-3)
5. [Utilizando vídeo](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-6)
6. [Criando conteúdo personalizado](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-9)
7. [Duplicação de conteúdo](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-13)
8. [Adotando o marketing de ciclo de vida](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-14)
9. [Atualizando conteúdo antigo](https://www.webfx.com/blog/marketing/content-marketing-trends/#616723179a361-16)
10. Auditoria

Tendência de marketing de conteúdo #1: Redirecionar conteúdo

Quando se trata de tendências em marketing de conteúdo, redirecionar o conteúdo é um a seguir.

O redirecionamento ou a reciclagem de conteúdo permite:

Reutilize conteúdo em diferentes canais, como e-mail e mídias sociais

Direcione o tráfego não de pesquisa para o conteúdo — e seu site

Apoie outros esforços de marketing de conteúdo, como atualizar conteúdo antigo

Se você está planejando redirecionar seu conteúdo, evite copiar e colar. Em vez disso, pegue esse conteúdo existente e adapte-o ao canal. Se você acabou de publicar uma postagem de blog de 1000 palavras, por exemplo, não envie a postagem inteira por e-mail.

Em vez disso, adapte o conteúdo ao e-mail.

Por exemplo, você pode reduzir o conteúdo para 200 a 300 palavras e convidar as pessoas a ver a postagem completa para saber mais. Você pode até adicionar um vídeo que resuma a postagem para atrair os membros do público que preferem assistir à leitura.

Tendência de marketing de conteúdo #2: Acompanhando o desempenho do conteúdo

Embora você provavelmente já esteja usando uma ferramenta de análise de sites como o Google Analytics para acompanhar seu desempenho de conteúdo, vale a pena se aprofundar em quais partes de conteúdo têm melhor desempenho. Por exemplo, quais postagens geram mais inscrições de e-mail, leads e vendas?

Você pode então usar essas informações para informar o seu:

Tópicos de conteúdo

Táticas de geração de leads

Lidere os esforços de nutrição

Esses dados são inestimáveis porque você pode mostrar ainda mais o impacto de sua estratégia de marketing de conteúdo.

Em vez de compartilhar como seu plano de conteúdo gerou 20 leads no último trimestre, você pode destacar como seu plano de conteúdo direcionou leads qualificados e como você está usando esses dados para criar uma estratégia de conteúdo ainda mais forte para o próximo trimestre.

Tendência de marketing de conteúdo # 3: Adaptando o conteúdo aos clientes dos sonhos

Embora seja importante otimizar seu conteúdo para otimização de mecanismos de pesquisa, também é fundamental adaptar seu conteúdo ao seu público-alvo – especialmente, ao cliente dos seus sonhos. Quando você fala diretamente com seu cliente ideal, você aumenta suas chances de ganhar o negócio deles.

Você pode falar com seu mercado-alvo de algumas maneiras, incluindo:

Abordando seus pontos problemáticos

Usando sua linguagem, como certos termos ou acrônimos

Antecipando suas necessidades, como com conteúdo relacionado

Se você investir em publicidade pay-per-click (PPC), poderá se concentrar ainda mais em seu mercado-alvo criando páginas de destino personalizadas. Ao criar páginas de destino personalizadas para seus anúncios PPC, você pode criar uma cópia focada na conversão versus uma cópia amigável para SEO.

Tendência de marketing de conteúdo # 4: Concentrando-se na experiência do usuário

O próximo da nossa lista de dicas de 2023 em marketing de conteúdo é focar na experiência do usuário. A experiência do usuário é fundamental para garantir que os clientes em potencial permaneçam engajados ao visitar suas páginas de conteúdo. A experiência do usuário inclui várias facetas, então vamos dividi-las em áreas específicas do site e da página.

Específico do site

Para aproveitar ao máximo essa tendência de marketing de conteúdo de 2023, você deve otimizar a experiência do usuário do seu site. Aqui estão algumas maneiras de fazer isso:

Melhore o tempo de carregamento do site: os usuários não querem esperar que suas páginas de conteúdo sejam carregadas, portanto, você precisa garantir que seu site seja carregado rapidamente. Use o Google Page Speed Insights para verificar o tempo de carregamento atual do seu site e usar suas sugestões para melhorar a velocidade do seu site.

Torne seu site otimizado para dispositivos móveis: as pessoas não estão apenas lendo conteúdo em dispositivos de desktop – os dispositivos móveis também são comumente usados para ler conteúdo. Certifique-se de que seu site use um design responsivo para que você possa oferecer uma ótima experiência com seu conteúdo em dispositivos móveis.

Use a fonte correta: ao definir o design do seu site, você escolherá um estilo de fonte para todas as suas páginas. Certifique-se de usar uma fonte segura para a Web para que os usuários possam ler facilmente seu conteúdo escrito em todos os navegadores.

Específico da página

Além das otimizações específicas da Web, também há maneiras de melhorar a experiência do usuário em cada página de conteúdo que você publica. Aqui estão algumas práticas recomendadas:

Escreva em parágrafos pequenos: se você criar parágrafos com 7-8 frases, você vai sobrecarregar seu público e tornar seu conteúdo difícil de ler. Atenha-se a 2-3 frases por parágrafo para permitir fácil leitura e leitura.

Use listas com marcadores: se você estiver explicando um processo ou listando várias opções, uma lista com marcadores pode ajudar seu público a ler as informações com mais rapidez. As listas também ajudam a dividir parágrafos de texto.

Adicionar elementos visuais: quando as pessoas leem suas postagens de blog, elas não querem ver paredes de texto. Para melhorar a experiência do usuário, adicione recursos visuais ao seu conteúdo para ajudar a dividir o texto e criar uma experiência melhor em seu site.

Tendência de marketing de conteúdo # 5: Utilizando vídeo

Quando você pensa em criar conteúdo, a mente da maioria das pessoas vai direto para os blogs.

Embora o blog seja uma das estratégias de marketing de conteúdo mais eficazes, não é o único jogador em campo. Uma das maiores tendências de marketing de conteúdo para 2023 é a utilização de vídeo. Os vídeos são uma das formas mais eficazes de conteúdo que sua empresa pode usar para envolver seu público.

Basta olhar para algumas dessas estatísticas que mostram o poder do marketing de vídeo:

Cinco horas por dia é quanto tempo os adultos dos EUA passam por dia assistindo a vídeos

90% das pessoas dizem que os vídeos as ajudam a tomar uma decisão de compra

88% mais tempo é gasto em páginas com vídeos

Como você pode ver, o marketing de vídeo tem um impacto perceptível em seu público e pode influenciar sua decisão de compra. Então, se você não está incorporando vídeos como parte de sua estratégia de marketing de conteúdo para 2023, você está perdendo uma excelente oportunidade de alcançar e envolver seu público.

Você pode criar vários tipos de vídeos para o seu público, incluindo:

Vídeos informativos

Vídeos explicativos ou de instruções

Vídeos ao vivo

Seminários on-line

Ao criar seus vídeos, certifique-se de que está efetivamente capturando a atenção do seu público e fazendo com que eles queiram assistir ao seu conteúdo. Tente contar uma história ou compartilhar um fato interessante para que seu público investisse em seu conteúdo de vídeo.

Coloque suas informações mais importantes em primeiro lugar. As pessoas têm períodos de atenção curtos (mesmo para vídeos) e podem não assisti-los até o fim. Para garantir que eles obtenham as informações de que precisam, certifique-se de colocar as informações mais importantes em primeiro lugar.

Você também deve tornar seus vídeos compatíveis com dispositivos móveis. Muitas pessoas assistem a vídeos em seus dispositivos móveis. Se eles estiverem acessando um vídeo em seu site, você deve garantir que ele seja compatível com dispositivos móveis, para que eles não tenham problemas ao tentar assisti-lo.

Por fim, atenha-se a um cronograma de postagem. Se você postar de forma consistente, seu público saberá esperar seus vídeos em um determinado dia a cada semana. Isso ajuda a mantê-los voltando aos seus vídeos e interagindo com eles.

#6 Criando conteúdo personalizado

O conteúdo personalizado é uma das maiores tendências do marketing de conteúdo. Os profissionais de marketing estão sempre procurando maneiras de tornar a experiência melhor para seu público. Eles querem que cada pessoa volte ao seu negócio e os escolha em vez da concorrência.

O marketing personalizado é uma estratégia de marketing individual que permite criar uma experiência personalizada para o seu público. Com o marketing personalizado, você dará ao seu negócio a vantagem necessária para criar uma experiência melhor e mais exclusiva para o seu público.

Por exemplo, digamos que alguém visite seu site para conferir um e-book gratuito que você está oferecendo. Tudo o que eles precisam fazer é inserir seu nome e endereço de e-mail para baixar o conteúdo. Quando eles retornam ao seu site, eles podem receber uma mensagem que diz: "Bem-vindo de volta, [nome]!" Este é um toque pouco personalizado que pode ter um grande impacto no seu público. Isso faz com que eles se sintam como se o conteúdo do seu site fosse feito apenas para eles.

Além disso, você pode fornecer a eles uma lista de conteúdo recomendado para que eles verifiquem em seguida. Isso cria uma experiência específica para eles e como eles interagem com seu site. O conteúdo sugerido seria adaptado a cada membro da audiência com base em suas interações anteriores com seu conteúdo.

1. Duplicação de conteúdo

O próximo em nossa lista de tendências de marketing de conteúdo para 2023 é dobrar ou adicionar outros formatos de conteúdo ao seu conteúdo existente. Essa abordagem envolve a adição de elementos como:

Vídeos

Infográficos

Gráficos personalizados

1. Adotando o marketing de ciclo de vida

O marketing de conteúdo é uma ótima maneira de apoiar o marketing do ciclo de vida. O que é o marketing de ciclo de vida? Esse tipo de marketing fornece ao público as comunicações e experiências que eles precisam ou querem à medida que passam de um cliente em potencial para um lead para um cliente.

Em suma, seu site e conteúdo fornecem tudo o que um usuário precisa para se tornar um cliente. É por isso que é essencial atender aos clientes em cada estágio do funil de compra. Seja intencional sobre tudo o que você faz. Seu conteúdo é como você se comunica, e a comunicação é fundamental no competitivo mercado on-line de hoje. Antes de incorporar o marketing de ciclo de vida em seu conteúdo, responda a estas perguntas:

Quem é o seu cliente ideal?

O que eles querem?

O que eles precisam?

O que os leva a comprar seu produto ou serviço?

Depois de ter uma compreensão clara de quem são seus clientes-alvo, você pode começar a criar conteúdo personalizado para cada estágio do processo de compra.

1. Atualizando conteúdo antigo

À medida que mais pessoas recorrem à Web para obter informações, é mais importante do que nunca que você forneça informações precisas e atualizadas. É por isso que atualizar conteúdo antigo é o próximo em nossa lista de tendências em marketing de conteúdo. Se você quiser que sua estratégia de conteúdo seja bem-sucedida em 2023, volte-se para o conteúdo passado e certifique-se de que ele seja preciso.

1. Uma auditoria de mídia social pinta um quadro geral de sua estratégia de mídia social e identifica onde e como você pode melhorar os resultados. As métricas coletadas dessa auditoria podem incluir dados demográficos, locais, compromissos e outras informações valiosas para impulsionar o sucesso.

O termo "auditoria" é tipicamente associado a impostos – mas, neste caso, significa simplesmente compilar e revisar as principais informações de todos os seus esforços de mídia social e armazenar essas informações em um só lugar.

### **1. Localize todos os perfis de mídia social**

Para começar, localize todos os perfis sociais existentes para o seu negócio. Comece listando os que você usa regularmente, mas lembre-se de que isso pode não ser suficiente. Se sua empresa criou perfis no passado, especialmente antes de você ter uma estratégia de mídia social, e desde então os abandonou, convém incluir essas contas na auditoria.

Ao documentá-los em seu modelo, será útil anotar quais contas estão ativas e são de alta prioridade e quais estão inativas ou precisam de mais atenção. Além disso, é importante observar quaisquer contas que possam ser fraudulentas (o que significa que foram criadas por alguém que não seja sua empresa) e exigem pesquisas adicionais.

Gaste tempo pesquisando o nome da sua empresa no Google e nas plataformas de mídia social para ver quais contas você encontra. Se você tem vários departamentos dentro de sua empresa que têm perfis diferentes, certifique-se de anotar isso também.

As plataformas específicas que você audita variam de acordo com sua empresa, mas podem incluir:

* LinkedIn
* TikTok
* Instagram (em inglês)
* LinkedIn (em inglês)
* YouTube (em inglês)
* Gorjeio

### **2. Garanta a mensagem e a completude da marca**

Depois de encontrar seus perfis de mídia social, é hora de dar um mergulho mais profundo em cada um deles. Tente olhar para eles através das lentes de um cliente potencial ou atual. Seu perfil faz sentido para alguém que está verificando as informações da sua empresa? Para ajudar a orientá-lo, considere as seguintes dicas:

* Verifique suas alças: Como uma boa regra geral, é melhor manter todos os seus identificadores de mídia social iguais para que os usuários possam encontrá-lo rapidamente. Considere usar o nome da sua marca para facilitar.
* Examine a página inicial: você vai querer ter uma foto de capa que seja indicativa de sua marca na página inicial da conta de mídia social. Certifique-se de que a imagem escolhida está devidamente dimensionada e formatada para essa plataforma social específica.
* Torne-se verificado: considere seguir as etapas necessárias para que sua conta de mídia social seja verificada com um selo de marca de seleção para provar sua autenticidade. Verifique com cada plataforma como obter essa importante marca de seleção.
* Examine sua biografia: Certifique-se de que suas biografias em todas as plataformas estejam atualizadas e reflitam com precisão a mensagem e a declaração de visão da sua marca.
* Atualizar informações de contato: use esse tempo para verificar e corrigir todos os endereços, números de telefone, e-mails e URLs.
* Modernize as postagens fixadas: reserve um tempo para avaliar as postagens fixadas para garantir que elas sejam relevantes e atualizadas com sua estratégia de marketing atual e campanhas específicas.

**3. Encontre padrões dentro de seus perfis**

É importante entender quais postagens funcionam para seus públicos-alvo em cada plataforma. Afinal, cada plataforma de mídia social é diferente, e você precisa estar ciente do que funciona e do que não funciona.

Durante a auditoria, analise a taxa de engajamento de suas postagens mais recentes em cada plataforma. Você recebe mais curtidas, retweets e compartilhamentos em vídeos ou fotos? Um tipo de post se sai muito bem com o público no Facebook, enquanto o mesmo post não se sai tão bem no Instagram? As coisas a rever incluem:

* Número total de seguidores
* Gosta
* Tweets para a sua marca
* Retweets
* Ações
* Comentários
* Postagens com melhor desempenho

Adicione essas informações ao seu modelo de auditoria de mídia social, incluindo quaisquer teorias e testes que você possa realizar entre agora e a próxima auditoria. Isso ajudará a solidificar e definir sua estratégia de mídia social daqui para frente, facilitando a criação de melhores conexões.

**4. Estabeleça metas**

Depois de identificar seus perfis e encontrar os padrões sobre o que funciona e o que não funciona, o próximo passo é criar metas para cada um dos seus perfis. Nem todo perfil precisa ter o mesmo objetivo – é melhor designar objetivos diferentes que melhor correspondam aos consumidores em cada site.

As metas podem incluir:

* Aumentar o tráfego para o seu site: clientes engajados nas mídias sociais podem seguir para visitar seu site e aumentar suas visitas exclusivas.
* Crescente reconhecimento da marca: métricas como alcance de postagens, taxa de crescimento de público e compartilhamento social de voz atribuem ao reconhecimento da marca, o que faz com que os clientes falem sobre sua marca.
* Gerenciando a reputação da marca: Você pode acompanhar menções e hashtags da marca, positivas e negativas, nas mídias sociais. Esta é uma ótima maneira de se antecipar a quaisquer problemas potenciais.
* Expandir o envolvimento da comunidade: isso inclui o aumento de curtidas, compartilhamentos e seguidores. O aumento do alcance significa que há mais clientes em potencial ouvindo sobre sua marca, aumentando assim a conscientização da sua marca.

Certifique-se de que cada objetivo seja INTELIGENTE: específico, mensurável, atingível, relevante e com limite de tempo. [As metas SMART](http://asana.com/resources/smart-goals) estabelecem um objetivo claro, tornando-as mais alcançáveis do que uma meta genérica.

**5. Avalie as melhores plataformas para você**

Depois de reunir informações sobre seus canais de mídia social, você pode ter tempo para tomar decisões estratégicas sobre onde concentrar seus esforços. Considere suas metas definidas para cada conta de mídia social e faça a si mesmo as seguintes perguntas:

* Seus objetivos estão sendo alcançados?
* Eles poderiam ser melhor atendidos dentro de uma plataforma diferente?
* Existe uma plataforma melhor para um tipo de conteúdo prosperar?
* Seus clientes existem em uma plataforma na qual você ainda não está?

No momento, você pode ter muitas plataformas sociais sem muito engajamento. Muitas vezes, é mais valioso colocar sua energia em um número limitado de plataformas que são mais apropriadas para sua marca.

"Adequação" varia, mas, basicamente, significa que seus clientes usam essa plataforma, seus clientes são mais propensos a se envolver com seu conteúdo nessa plataforma ou algo mais benéfico para seus objetivos de mídia social de primeira linha. Considere usar os dados que você coletou para ajudar a decidir onde seu conteúdo tem a melhor chance de prosperar.

Esta também é a oportunidade perfeita para considerar a desativação de contas antigas que não foram atualizadas há algum tempo, uma vez que provavelmente não estão servindo a nenhum propósito orientado a objetivos para sua empresa.

### **6. Padronize a propriedade do canal**

Ao preencher seu modelo, reserve um tempo para dedicar uma pessoa (ou equipe) para ser os "proprietários" da conta de mídia social. Essa pessoa garante que cada conta esteja atualizada, na marca e atingindo o público certo.

Designar uma pessoa para ser responsável por todas as plataformas sociais significa que você não precisará se preocupar em conceder acesso toda vez que adicionar alguém novo à equipe. Além disso, isso ajuda a proteger a segurança de suas contas, limitando aqueles que têm acesso.

**7. Acompanhe os itens de ação e as próximas etapas**

Depois de separar todas essas informações, a etapa final do processo é elaborar um plano para o futuro. A execução de auditorias de mídia social trimestralmente oferece muitos [itens de ação](http://asana.com/resources/action-items) para você se concentrar entre agora e a próxima auditoria. Por exemplo:

* Considere manter sua estratégia de mídia social a mesma se o engajamento for alto.
* Pense em atualizar as estratégias de marca onde necessário.
* Desative e exclua contas desatualizadas ou substituídas por contas mais recentes.
* Mude os tipos de postagens se você estiver obtendo pouco ou nenhum envolvimento com elas.
* Publique mais do conteúdo de mídia social que está ganhando alto engajamento.
* Publique mais dos tipos de postagens de melhor desempenho com mais frequência, configurando um calendário de conteúdo de mídia social.

Ao elaborar um plano específico com base nas metas que você estabeleceu acima, você pode avançar na criação de uma estratégia de mídia social que funcione melhor para você e sua empresa. Pode levar algum tempo para notar uma diferença, por isso é importante acompanhar suas auditorias regularmente.

**Dê vida aos seus aprendizados com um calendário de conteúdo de mídia social**

Historicamente, uma das melhores estratégias de marketing é a publicidade boca-a-boca. As pessoas são mais propensas a experimentar um produto ou serviço se alguém que conhecem e confiam o recomendar. O marketing de influenciadores, que envolve uma colaboração entre uma marca e um indivíduo com um nicho específico e grandes seguidores on-line, pega esse conceito e o moderniza para a nova era digital de hoje.

**Influencer marketing por razões como:**

* **Aumentar o reconhecimento da marca**
* **Construir confiança e autoridade**
* **Alcançando seu público-alvo**
* **Gerando conversões**
* **Gerando leads**
* **Definindo uma nova tendência**
* **Conectando-se a um mercado mais amplo**

**Embora essa forma de marketing de mídia social não seja nova para 2023, as marcas estão aproveitando a oportunidade para construir conexões mais autênticas com seu público-alvo, nomeando "embaixadores da marca" de longo prazo. Esses relacionamentos mutuamente benéficos permitem que a marca construa relacionamentos duradouros com seus parceiros influenciadores, enquanto os influenciadores podem manter a confiança com seu público, promovendo a mesma marca ao longo do tempo.**

**Item de Ação: Designar Embaixadores do Ministério**

# Mídias Sociais para Começar

O Pinterest agora está recebendo até 5 bilhões de pesquisas por mês. Este é um aumento de 150% em relação à média de 2 bilhões de pesquisas por mês em 2016. Também não estamos falando apenas de buscas por inspiração de decoração. As pessoas estavam procurando produtos reais no Pinterest a uma taxa de vinte vezes maior do que no ano anterior. Tente postar imagens da sua campanha.

# Mídias Sociais para Mudar

O Facebook ainda pode ser o site de mídia social mais visitado, mas o **TikTok** se tornou a principal plataforma para profissionais de marketing de influenciadores. Isso aconteceu tão rapidamente que, no início de 2020, o marketing de influenciadores do TikTok nem era uma opção e muitas vezes se enquadrava na categoria "outro". E, enquanto 60% dos profissionais de marketing B2B nos EUA estão finalmente usando o Instagram, que está acima dos 30% em 2020, a plataforma realmente viu o maior declínio nos profissionais de marketing de influenciadores, de 80% no ano passado para 68% este ano.

# Marketing experiencial para manter

Os eventos virtuais provavelmente vieram para ficar, pelo menos no futuro previsível. As marcas investiram no aumento da tecnologia necessária para reunir os consumidores para diversos eventos em plataformas digitais e a grande notícia é que deu certo.

# Marketing experiencial para mudar

Depois de investir tanto na tecnologia necessária para eventos virtuais, muitas organizações provavelmente criarão eventos híbridos, com pelo menos parte da agenda acontecendo on-line. Isso pode envolver o público presente virtualmente ou o orador, ou uma mistura dos dois.

# Vá direto ao ponto: o tempo do seu público é valioso.

Quando você pesquisa no Google uma receita, você quer primeiro ler toda a "jornada culinária" do autor, desde sua primeira colher medida até seu amor pela massa azeda? Claro que não. Nesse momento, você só quer saber quanto bicarbonato de sódio colocar em seus biscoitos.

O mesmo conceito vale para sites, boletins paroquiais e conteúdo de blog. Se você entregar um anúncio digital atraente ou um teaser de mídia social, apenas para arrastar os leitores através de uma introdução de seis parágrafos, você vai frustrar seu leitor e aumentar as pontuações de relevância do seu site ao longo do tempo.

Isso não quer dizer que os leitores e os mecanismos de pesquisa não valorizem o conteúdo de formato longo. Eles fazem, mas seu conteúdo deve provar seu valor imediatamente. O tempo é valioso e, se eles o estão gastando em seu conteúdo, é melhor valer a pena a atenção que investiram.

Além disso, o Google e outros mecanismos de pesquisa valorizam o conteúdo relevante mais do que as narrativas arrastadas. Dê ao seu leitor o gancho nas primeiras frases e, em seguida, elabore com dados e detalhes.

# O autoatendimento está crescendo.

Permita que seu público:

Pague os dízimos on-line

Solicite Intenções Especiais

Leia o boletim ou através de simples links click-to-call ou e-mail.

Auto-seleção

# Observe o que você diz e como você diz.

Use o idioma que seu público fala, não o idioma que você deseja usar como especialista no assunto ou marca. Esta não é uma ideia nova.

Como em todas as gerações, a Geração Z tem um vernáculo próprio. No entanto, isso não significa que você deve usar todas as palavras que eles usam. Se seus anúncios e vídeos estão repletos de "sheesh", "Pog champ" e outras gírias da Geração Z, você corre o risco de parecer um esforçado na melhor das hipóteses e, na pior das hipóteses, alienar a Geração Z e suas contrapartes mais antigas que, de outra forma, poderiam estar interessadas em seu produto ou serviço.

# Alinhe sua marca com os valores do seu público, se você puder fazê-lo genuinamente.

Sua história não é seus produtos ou serviços. Sua história é o seu "porquê". Mas lembre-se: seu "porquê" só importa para o seu público se preencher uma necessidade para eles.

No passado, muitas paróquias dependiam exclusivamente de solicitações de bancos para alcançar seu ABCD g oalanual. Infelizmente, devido ao COVID-19 e às diretrizes de distanciamento social, isso representará um desafio especial este ano. No passado, a solicitação no banco compreendeu cerca de 30% dos presentes ABCD totais.

Os novos desafios apresentados pela pandemia não impediram o desejo dos paroquianos de fazer parte de algo maior do que eles mesmos. De facto, muitos paroquianos querem, mais do que nunca, fazer parte da sua comunidade paroquial — encontrar sentido nas suas vidas durantetempos sem precedentes.

## Marketing Virtual para Freguesias

Antes do e-mail, das mídias sociais e das mensagens multimídia, as paróquias usavam anúncios de boletins para divulgar eventos importantes. A boa notícia é que os anúncios de boletins ainda são uma maneira eficaz de se comunicar. É uma maneira relativamente barata de se comunicar com os paroquianos regularmente com mensagens informativas e inspiradoras. Recomendamos que a vossa paróquia publique semanalmente os vossos boletins online, para além das versões impressas que tendes na vossa paróquia, e além disso, sugere-se que a paróquia também os partilhe em segmentos através das redes sociais.

## Branding eJuntando-se ao Movimento de Mídia Social

Apenas pedir dinheiro não é suficiente e não é disso que se trata o ABCD. Os paroquianos querem algo em torno de que possam se reunir, algo com o qual possam se conectar e algo que os mova. O tema é uma parte importante da construção de uma campanha envolvente. A marca é essencial para conseguir isso, e é por isso que o uso do logotipo e dos materiais da ABCD de forma consistente e eficaz é uma parte importante do processo da ABCD.

Com base nesse conceito,nossa presença digital é uma extensão da marca da sua igreja. O que você faz digitalmente desempenha um papel vital na forma como sua paróquia é percebida, portanto, marcar sua paróquia on-line precisa ser estratégico. As paróquias agora podem expandir seu alcance para um público mais amplo (bem como paroquianos que podem ser inspirados e compartilhar). Tdele é uma das maneiras mais fáceis de ser "ouvido" e atrair as pessoas. Twitter, Instagram e outras plataformas de mídia social estão a um curto passo de distância para continuar essa forma essencial e irtual de marketing.

Branding é como nos definimos como uma organização - seja uma paróquia, escola, programa, etc. Consistente com a estrutura da Igreja Católica, cada paróquia deve estar conectada às principais mídias sociais arquidiocesanas e contas de desenvolvimento ADOM: @CatholicMiami @AdomDevelopment.

Atualize sua foto de perfil e cabeçalho de plano de fundo ocasionalmente. Essa mudança sutil permitirá que você apareça nos feeds de notícias e atraia a atenção do seu público atual. Fotos bonitas são boas; no entanto, cabeçalhos de fundo virtuais nas mídias sociais devem sempre ser usados para promover algo. Olhe para o seu cabeçalho do Facebook, o que você está promovendo atualmente?

Considere como você pode promover o ABCD através de suas contas de mídia social durante o tempo de apelo do ABCD para ajudar sua paróquia a atingir seu objetivo. você pode usar o logotipo da ABCD, materiais, vídeo, vinhetas, bem como o link de doação on-line ([www.isupportabcd.org](http://www.isupportabcd.org)) para levar as pessoas a dar com crédito ao seu objetivo paroquial. Este será um passo crítico na promoção da sua campanha ABCD 2022.

## Website e Doação Online

Seu site e mídias sociais são vitais para as estratégias de marketing virtual. É aqui que as primeiras impressões são feitas. Através do seu site e mídias sociais, comece a compartilhar histórias. Mostrai a vibração da vossa paróquia, uma comunidade à qual outros querem aderir. Seu site é um meio de comunicar, em termos gerais, tudo o que sua igreja oferece a um possível visitante. É o seu "apelo de freio". Suas mídias sociais podem demonstrar ainda mais o tipo de comunidade que eles experimentarão e as mensagens espirituais que receberão.

**Vinhetas de Mídia Social**

As Vinhetas ABCD são prévias que destacam o tema da atual campanha da ABCD. Estes vídeos podem ser partilhados nas redes sociais e no site da sua paróquia. Pedimos que, quando você estiver compartilhando o vídeo, certifique-se de nos marcar @adomdevelopment e @catholicmiami.

Abaixo estão algumas dicas sobre como promover as Vinhetas de Mídia Social:

* Carregue um vídeo por semana com um título curto, mas bem elaborado, para lembrar as pessoas da necessidade.
* Impulsionar as postagens por meio de um público-alvo é ainda melhor, pois você saberá que está entrando nos feeds adequados.
* Implemente-os nos próximos três domingos para manter a consistência. (As pessoas tendem a passar o tempo de fim de semana navegando em seus feeds ... você pode até fazer um empate em que seja domingo e aqui está uma oportunidade de fazer o bem.)
* Considere uma campanha de e-mail (talvez você já tenha uma) onde você pode incluir uma das vinhetas.

## Parceria com outras Freguesias

Unir-se como uma comunidade católica e espalhar o amor de Cristo além de nossas portas é espalhar o amor além de nossas contas. Fazer parceria com outra paróquia para expandir sua exposição é uma ótima maneira de ganhar exposição você mesmo.

## Email

Oe-mail ou boletim informativo eletrônico é uma maneira barata de chegar aos doadores regularmente com mensagens informativas e inspiradoras. Aqui estão algumas dicas para ajudá-lo a comercializar sua campanhapor e-mail:

* Adicione uma hashtag #iSupportABCD e um logotipo ABCD à sua assinatura de e-mail
* Envie um e-mail ou mala direta para seus paroquianos de sua organização pedindo-lhes que:
  + "Salve a data" e
  + Tell seus amigos sobre a campanha.
* Compartilhar histórias de impacto (testemunhos da perspectiva de um doador ou receptor)

### Por que usar o e-mail marketing?

1. **E-mail é barato!**   
   Sua única despesa é o tempo, e se você usar um serviço de agendamento como o Constant Contact, poderá configurá-lo e esquecê-lo.
2. **O e-mail permite que você se conecte com as pessoas instantaneamente.**   
   Precisa que seus doadores e voluntários façam algo agora? O e-mail permite a disseminação imediata.
3. **Seus doadores e voluntários podem responder rapidamente.**   
   O tempo de resposta em e-mails é de 1-3 dias.
4. **O e-mail fornece informações sobre como sua campanha está funcionando.**   
   A maioria das pessoas não sabe que você pode acompanhar as taxas de abertura em e-mails e ver com que frequência seus leitores estão usando os links dentro deles. Use essas informações para analisar o quão bem suas mensagens estão funcionando, ajuste e envie novamente.
5. **O e-mail permite que você envie a mensagem certa para o leitor certo.**   
   Doador pela primeira vez versus doador de longa data. Vocês enviam a mesma mensagem para os dois? E os voluntários? Sua mensagem deve e pode ser elaborada para envolver seus diferentes paroquianos.

Para começar uma campanha de marketing por e-mail bem-sucedida, a primeira coisa que você precisa fazer é criar uma lista de e-mail. Manter uma lista completa e confiável de paroquianos afetará diretamente o sucesso de sua campanha, eventos e paróquia.

#### Como coletar endereços de e-mail

* + **OFFLINE: um** dd um campo para e-mail sobre quaisquer materiais que serão preenchidos por seus paroquianos. Seja uma pesquisa, um formulário de compromisso de patrocínio ou qualquer outro formulário de resposta; isso é algo que deve ser sempre incluído. Além disso, sempre que estiver em um evento onde haverá vários seus doadores / voluntários participando, tenha uma folha de login e inclua um campo para isso. Seja honesto sobre por que você deseja essas informações e peça a eles que sempre forneçam essas informações, pois você gostaria de ter certeza de que seus registros estão atualizados. Se você está consistentemente fornecendo-lhes conteúdo envolvente, eles não se importarão de você contatá-los por e-mail.
  + **ONLINE:** 
    - O melhor lugar para coletar informações de e-mail é no seu site. É importante que você esteja constantemente direcionando as pessoas para o seu site usando seu URL em sua linha de assinatura do seu e-mail, em todos os materiais impressos e sempre que possível em postagens de mídia social.
    - Quando alguém visitar seu site, promova de forma proeminente onde as pessoas podem se registrar em seu boletim informativo, encontre mais informações sobre voluntariado / doação e visualize todos os seus eventos especiais. Tenha em mente que menos é mais! Não peça toneladas de informações; um nome completo e um endereço de e-mail são mais do que suficientes para iniciá-los.

#### Como se certificar de que seus e-mails estão sendo lidos

Taqui não é uma maneira de garantir um aumento na taxa de abertura, há algumas coisas que você pode tentar. Experimente com linhas de assunto e não use a mesma o tempo todo. Mantenha seu conteúdo curto e doce e coloque as informações mais importantes no topo da mensagem.

Tente enviar e-mails em um dia diferente. Se você sempre envia seu boletim informativo na primeira segunda-feira de cada mês e sua taxa de abertura é de 15%, talvez seja hora de ajustar.

#### Criando uma campanha de e-mail eficaz

Se você está enviando uma mensagem de e-mail ou várias mensagens ao longo de um período de tempo, o marketing estratégico será vital para o sucesso da sua campanha ABCD. Dado que esta campanha é voltada para #iSupportABCD, você vai querer garantir que cada mensagem se baseie na última e que elas sejam direcionadas para o segmento apropriado de sua população constituinte.

#### Criar uma agenda de comunicação

Durante a campanha do ABCD, é importante determinar com que frequência você deseja se comunicar com os paroquianos e voluntários e criar um cronograma de comunicação antes do início do processo do ABCD.

#### Escolha a mensagem certa para o destinatário certo

Conheça o seu público. Sua mensagem está sendo direcionada a todos os paroquianos ou você está segmentando sua lista para um público-alvo? Certifique-se de usar palavras de ação que atraiam o leitor para que ele abra seu e-mail.

#### Projete o corpo do seu e-mail para obter uma resposta

Uma imagem vale mais que mil palavras. Não se concentre apenas em imagens que atraem o leitor, mas também considere a fonte, as cores e o layout. Essa também é uma ótima maneira de incluir sua marca em sua mensagem.

Mantenha o conteúdo principal da mensagem no primeiro parágrafo ou dois e tente não ser muito prolixo. Claro, todos nós esperamos que todos estejam abrindo todos os nossos e-mails e que, quando o fizerem, estejam lendo a coisa toda, mas isso muitas vezes não é o caso. Portanto, certifique-se de manter os itens mais importantes primeiro.

Melhor ainda, apenas mantenha-o curto. Menos é muitas vezes mais. Seus paroquianos querem saber como você está usando seus dólares para apoiar a missão da organização, mas, em vez de enviar uma lista detalhada, compartilhe alguns destaques junto com um resumo agradável e conciso.

Direcione-os para o seu site. Em vez de colocar tudo em sua mensagem de e-mail, use mensagens que incentivem os leitores a ir ao site - o que permite que você mantenha sua mensagem curta, mas também permite que os leitores tenham a oportunidade de aprender mais, se quiserem.

#### Personalize sua mensagem

Finalmente, sempre use seu marketing por e-mail para criar e desenvolver relacionamentos com seus paroquianos, enviando-lhes mensagens que aumentem seus interesses, chame-os à ação e os envolva em mais diálogos. Observe que uma abordagem de seus leitores pelo nome adicionará um toque pessoal às suas comunicações por e-mail e poderá ajudá-lo a obter uma melhor taxa de resposta. Uma boa plataforma de e-mail marketing pode ajudá-lo a fazer isso, bem como acompanhar a taxa de abertura.

## Reconhecimento de Doadores Virtuais

O Reconhecimento Virtual de Doadores começa muito antes da campanha da ABCD. O Reconhecimento de Doador Virtual é sobre cuidar efetivamente de seus doadores virtualmente de uma maneira que permita que você promova relacionamentos de longo prazo. Isso significa mostrar o quanto você realmente aprecia a contribuição de cada doador para sua organização e o quanto você se importa com eles como membros de sua comunidade. Isso pode ser feito por meio de um plano virtual de reconhecimento de doadores.

### **Comece com Obrigado!**

Agradeça-lhes por serem eles. Agradeça-lhes sem cessar. Agradeça-lhes por se inscreverem na newsletter, agradeça-lhes por sua promessa, agradeça-lhes por seu pagamento, agradeça-lhes por serem eles.

Você nunca pode dizer obrigado o suficiente. Há muitas oportunidades para agradecer aos seus paroquianos e muitas maneiras de fazê-lo. Você pode agradecê-los via cartão postal, e-mail, texto ou telefonema. A melhor forma de segmentar os seus doadores é melhor decidida a nível paroquial.

### **Saiba que é interminável**

A campanha ABCD dura o ano todo e sua gratidão também. Iniciar um diálogo com os vossos doadores que lhes mostre que eles são uma parte concreta da vossa paróquia e comunidade. Schedule pontos de contato regulares em seu calendário para garantir que você esteja constantemente envolvido com seus doadores. Novamente, ele não começa ou termina com ABCD. Começa com Obrigado e é interminável.

* Faça questão de compartilhar imagens e atualizações sobre projetos que as contribuições de seus doadores estão ajudando diretamente a financiar.
* Organize lembretes para entrar em contato com seus apoiadores em datas especiais, como aniversários, aniversários ou marcos importantes para sua organização.

**ABCD Materiais e Logotipo**

Todos os Materiais da ABCD, incluindo o logotipo, estão disponíveis on-line através do site da ABCD: [www.adomdevelopment.org/abcdmaterials](http://www.adomdevelopment.org/abcdmaterials)

Abaixo está um esboço de todos os materiais disponíveis:

Logotipo ABCD 2023

* + Disponível em vários formatos.
  + As paróquias são incentivadas a utilizar em seus boletins, em seus sites e em todos os materiais de promoção do ABCD.

Brochura ABCD

* + Deve estar disponível nos bancos com os envelopes de penhor
  + Isto é enviado a todos os paroquianos anexados com a carta do Arcebispo.

Gráfico de alocação ABCD

* + Este gráfico pode ser usado em seus boletins e / ou em seu site.
  + A paróquia também poderia projetar isso durante seu apelo no banco para ajudar a explicar como os fundos são alocados.

ABCD In-Pew Envelope de Compromisso

* + Deve ser colocado nos bancos junto com o Folheto ABCD.

Cartaz ABCD

Cartão de Oração ABCD

Carta do Arcebispo

* + Impresso de um lado em inglês e do outro lado em espanhol.
  + Inclui um cupom de descolagem e envelope de devolução.
  + A carta está disponível online em crioulo.

Boletim ABCD Inserir ou Folheto

* + Disponível em: Inglês, Espanhol, Crioulo, Português, Polaco e Vietnamita.

Links de vídeo ABCD

* + Links para o Vídeo ABCD completo (disponível em inglês, espanhol e crioulo).
  + Links para Vinhetas ABCD que podem ser usadas nas mídias sociais e outros meios para promover o ABCD.
  + Links para a Doação de Fim de Ano da ABCD que podem ser usadas nas mídias sociais e outros meios para promover a ABCD.