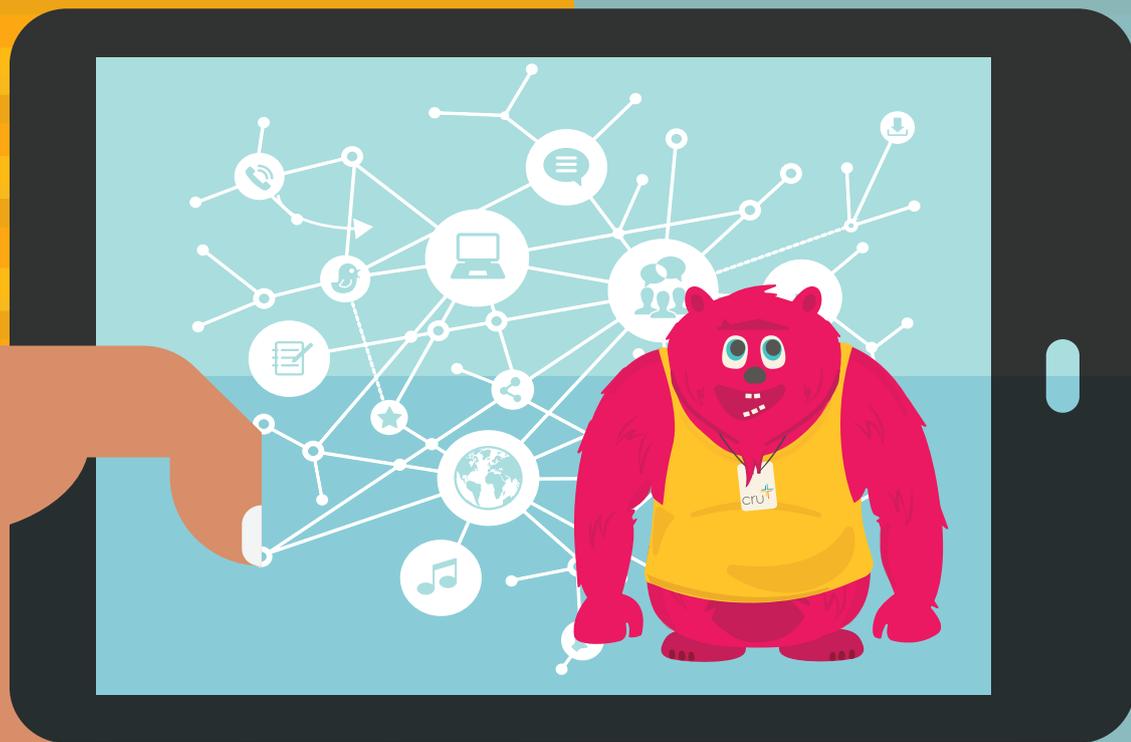


SOCIAL MEDIA ES RARO



Una guía práctica para usar las redes sociales en el ministerio

TABLA DE CONTENIDO

- 5 Social Media Es Raro

- 7 Aprendiendo la Jergla

- 11 Haremos de ti un Gurú

- 17 Hola, Guap@

- 27 ¡Eres Fastidioso!

- 31 ¡Agendémoslo!





Tan fácil que un cavernícola puede hacerlo **39**

¿Qué pasa con ese signo numeral? **43**

Utilizando tus super poderes **47**

Todo lo que hago, Tú puedes hacerlo mejor **55**

Ve y dilo en la Web **59**

¡Lo Lograste! **63**

cru.org/campus-social-media



Scan this!



Meghan, Deanna, Angel

El equipo de redes sociales de Cru administra el contenido y establece la dirección para nuestras redes sociales globales a través de muchas plataformas. Hemos aprendido mucho en los últimos años, y estamos emocionadas de compartirlo contigo. ¡Nuestra esperanza es que este libro ayude a que tus redes sociales sean geniales!

INTRODUCCIÓN

Social Media es Raro

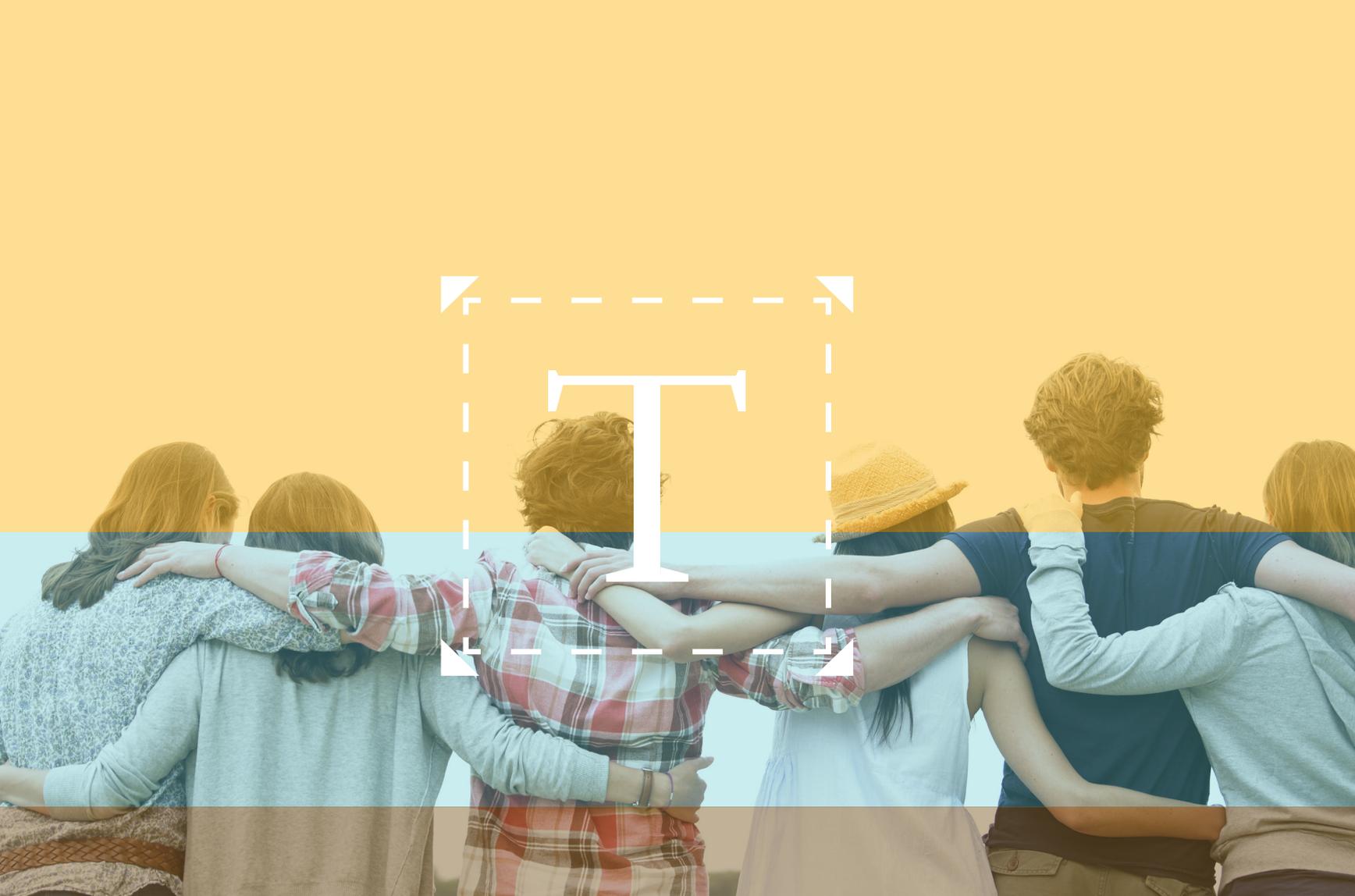
Facebook, Twitter, Instagram y el me gusta tienen el potencial de conectar e integrar personas de diferentes trasfondos. Después de todo, ¿dónde más puedes conectarte con tu abuela y tu mejor amigo de la secundaria al mismo tiempo? Las redes sociales tienen la habilidad de difundir noticias alrededor del mundo más rápido que el último chisme de tu tía Sally en la reunión familiar. Puede hacernos sentir conectados a otros y parte de una comunidad. Todo eso puede suceder a través de unos cuantos clics de un mouse mientras te encuentras en ropa interior en tu casa.

Sí, las redes sociales son raras. Raras, maravillosas y poderosas. Es este elemento de poder que hace que sea muy intimidante utilizar las redes sociales. Si eres como la mayoría, estás leyendo este tuto-

rial porque te encuentras abrumado de utilizar las redes sociales en lo absoluto, aún menos utilizarla efectivamente para tu ministerio.

¡No estás solo! Las redes sociales pueden ser un monstruo. Sin embargo, esta “monstruosidad” es lo que le da su extraordinario potencial para alcanzar a personas con el evangelio. Puedes alcanzar a miles de personas al mismo tiempo, y es gratis! ¿Sabías qué en el 2015, 73% de los estadounidenses estaban presentes en las redes sociales?

No podemos permitirnos ignorar esta comunidad en línea. Nuestra meta en este libro es quitarle los dientes y garras a este monstruo. Queremos hacer que las redes sociales sean simples y manejables para ti y las necesidades de tu ministerio.



JERGA

APRENDIENDO LA JERGA

Estadísticas - La acción de recolectar información de las redes sociales y evaluar esa data para tomar mejores decisiones prácticas. Este proceso va más allá del monitoreo usual o el análisis básico de retuits o “me gustas” sino que desarrolla una idea profunda de nuestro público social.

Feed de Noticias - Es la información que se le da a una persona en tiempo real para mostrar las noticias y actualizaciones de otros usuarios que la persona está siguiendo en una variedad de plataformas de redes sociales.

Alias - Al contrario de la manija de una puerta, un alias se refiere al nombre de usuario de una persona en Twitter

Hashtag - Indicada por el símbolo #, es una manera de estar involucrado en una conversación o una

ayuda al buscar un tema o término. Principalmente usado en Twitter e Instagram, pero puede utilizarse en Facebook.

Impresiones - Es el número de veces que una publicación de tu página es mostrada, ya sea que se le dio clic a la publicación o no. Las personas pueden ver múltiples impresiones de la misma publicación. Por ejemplo, alguien podría ver la actualización de una página en sus feeds de noticias una vez, y luego una segunda vez si su amigo la comparte.

Me gusta - Los usuarios de Facebook pueden darle “me gusta” a una publicación a través del sitio web de la red social o de contenido fuera de Facebook y compartirlo con sus amigos. Mientras más me gustas consiga en sus primeros momentos, existe una mayor probabilidad de que la publicación sea vista en los Feeds de Noticias de las personas.

8

Alcance - El número de personas que reciben las impresiones de la publicación de una Página. El alcance puede ser menos que las impresiones porque una persona puede ver múltiples impresiones.

Compartir - Los usuarios de Facebook pueden compartir contenido de tu página por sí solos. Este paso es uno por el que debes esforzarte ya que el usuario está tomando tu publicación como si fuera suya. También, muestra el contenido a los amigos del que compartió, lo cual amplía tu audiencia.

#TBT - jueves de antaño es un fenómeno de Instagram, Twitter y Facebook que usualmente se refiere a compartir una foto que te hace recordar un momento del pasado.

Tendencia - Es una etiqueta que se volvió popular en cierta región o país que será resaltado usualmente a la izquierda o derecha de las novedades de la persona.

Viral - Un tema o publicación que se ha compartido orgánicamente a través de una amplia red de usuarios (que usualmente son tomadas como temas en las estaciones de radio, también)

NOTAS:

VIRAL

TRENDING

SHARE

ANALYTICS

**“No le temas al
Monstruo de las Redes
Sociales”**





PUBLICANDO POR PLATAFORMA

Haremos de ti un Gurú

En los últimos años, se han realizado miles de estudios sobre las redes sociales, cómo usarla, por qué la gente está tan enamorada de ella y sus mejores prácticas. Afortunadamente para ti, nos adelantamos e hicimos la investigación para que no tengas que hacerlo. Puedes beneficiarte de horas de lectura con algunos tips cortos y trucos para cada plataforma. Sí, lo sabemos, somos buena gente.

Ya sea que estés administrando la página de Facebook de tu ministerio o tratando de publicar contenido nuevo para tus socios ministeriales, es imprescindible mantenerse al día con las tendencias en las redes sociales.

FACEBOOK

1. No te olvide de los fines de semana: La tasa de interacción para las publicaciones los fines de semana es 14,5 por ciento más alto en comparación con las

publicaciones en la semana. ¿La mejor parte? Sólo el 14 por ciento de todos los mensajes se publican los Sábados y Domingos. A los fans de Facebook les gusta usar las redes sociales cuando tienen tiempo inactivo, por lo cual los fines de semana tienen tasas de interacción tan altas.

2. La Interacción de Facebook debe ocurrir durante “horas no ocupadas”: Las personas son más propensas a pasar tiempo viendo Facebook cuando están en casa, 8 p.m. a 7 am.

3. Sólo publicar una o dos veces al día: Las marcas que publican sólo un par de veces al día ven un 19 por ciento más de interacción que los que publican tres o más veces al día.

La clave no es bombardear a los fans con demasiadas publicaciones, ya que la Optimización de Noticias penaliza eso.

4. Manténlo corto: Publicaciones con 80 caracteres o menos reciben un 23 por ciento más de interacción que las publicaciones más largas. Tómame el tiempo para averiguar cómo hacer que los mensajes sean concisos.

5. ¿Qué piensas? Publicaciones que formulan preguntas generan un 92 por ciento más de comentarios que los mensajes sin preguntas.

6. Pide a los fans que hagan algo: Llama a tus fans a la acción. Pide a los fans que “suban una foto”, opinen o voten “sí o no”. Estas opciones ven tasas de interacción 48 por ciento más altas que el promedio. No les pidas que te den “me gusta” o “compartan” tu contenido. Los algoritmos de Facebook penalizan eso.

7. Haz que tu sitio de red social sea social: Cuando los fans toman acción debes comentar, compartir o darle me gusta, no lo ignores. Los fans quieren ver que aprecian su interacción y ver la conversación va de dos maneras. Un simple “¡Gracias!” ayuda mucho.

TWITTER

¿Sabías que Twitter tiene 232 millones de usuarios activos? Qué poderosa herramienta de ministerio que es fácil de usar y que puede llegar a las masas.

1. Se un guerrero de fin de semana: el engagement de Twitter en el fin de semana es un 17 por ciento más alto que los tweets de un día laborable. ¿La mejor parte? Sólo el 19 por ciento de las empresas están utilizando el sitio de redes sociales los fines de semana.

2. Lo peor de los tiempos: El mejor momento para Twitter es cuando la gente está en su negocio. Tuitear entre las 8am y 7pm, conocido como horas ocupadas, recibe un engagement de 30 por ciento más alto que tweets durante horas no ocupadas.

3. Mantener los tweets corto: Sé lo que estás pensando, ya es de 140 caracteres y ¿todavía tiene que ser más corto? Sí, los tweets que contienen menos de 100 caracteres reciben un engagement de 17 por ciento mayor en comparación con los tweets más largos que eso.

4. Utiliza Hashtags: Las marcas que utilizan la herramienta de búsqueda recibieron dos veces más participación que las que no las tienen. Pero el engagement disminuye si usas más de tres.

5. Una imagen vale la pena: Una imagen ayuda con las respuestas, retweets y vistas en Twitter. Los tweets con fotos o enlaces reciben el doble de engagement.

6. Y acción: Pida a los usuarios que retuiteen. Funciona! Los tweets que contienen “RT” o “ReTweet” reciben acciones de retweets 12 veces superiores comparadas con aquellas sin una llamada a la acción.

INSTAGRAM

Actualmente, el 90 por ciento de los 150 millones de personas en Instagram tienen menos de 35 años y la población de crecimiento más rápida en Facebook es 65+. Eso significa que si queremos llegar a la siguiente generación no necesitamos ir más allá de su teléfono para conectar eventos, compartir historias y promover ministerios a través de la aplicación para compartir fotos.

1. Publicar consistentemente: Los usuarios les gusta ver una variedad de fotos de diferentes cuentas en sus feeds de noticia. Publica lo suficiente para mantenerlos conectados, pero manténlos deseando más. Extiende tus mensajes a lo largo del día o durante unos días.

2. Corto y dulce: Como probablemente te has dado cuenta, mantener mensajes cortos es el tema común a través de las redes sociales. Si tienes párrafos largos debajo de tu publicación de Instagram, pocos lo leerán y te saltarán. Mantén los caracteres al mínimo y sólo añade la información que sea necesaria.

3. Utiliza filtros: las fotografías con filtros generan más interacción que las que no tienen. Se trata de cómo se ven las fotos. Prueba diferentes filtros y averigua qué le gusta ver a tu audiencia. Estadísticamente, Mayfair es el filtro que genera más interés general.

4. Hashtag: Bueno, no te vuelvas loco, usa dos. Pero añadir hashtags es muy importante para la creación de redes, visibilidad y conexión. (Consulta la sección Hashtags y Campañas)

5. Participa con tu público: Interactúa con la comunidad haciendo preguntas en tus pie de foto y responde a los comentarios.

6. Desarrolla estrategias de narración: Los videos de Instagram le dan vida a los momentos estáticos. Piensa en los tipos de fotos que ya publicastes y cómo puedes utilizar vídeo para añadirle profundidad.

NOTAS:

Tips Rápidos Sociales



twitter

- PÚBLICA LOS FINES DE SEMANA Y EN SEMANA
- 3-5 VECES AL DÍA
- 8AM A 7PM HAY MEJOR COMPROMISO
- UTILIZA HASHTAGS
- 100 CARACTERES O MENOS
- PIDE RETEETS

facebook

- PÚBLICA LOS FINES DE SEMANAS Y EN SEMANA
- UNA O DOS VECES AL DÍA
- 8PM A 7AM HAY MEJOR COMPROMISO
- 80 CARACTERES O MENOS
- AGREGA IMÁGEN
- HAZ PREGUNTAS

Instagram

- PÚBLICA DOS VECES AL DÍA
- UTILIZA HASHTAGS
- CORTO Y DULCE
- UTILIZA FILTROS
- PÚBLICA VÍDEOS
- CONECTA CON LA AUDIENCIA

cru



®

MARCA

Hola Guap@!

Hablemos un poco acerca de la marca.

¿Conoces esa emoción que sientes cuando ves un nuevo y divertido producto de una compañía que amas? Meghan si.

Cuando Meghan consiguió su nueva Apple Mac-Book, estaba tan emocionada que literalmente no podía dejar de olerlo. En serio, el olor a plástico y metal nuevo era como una cama de rosas para ella. Pero seamos honestos, no cualquiera laptop nueva lo haría. No, la razón por la que estaba entusiasmada con su nuevo juguete era porque era un producto de Apple. Cuando piensas en la marca piensas en algo limpio, crujiente, a otro nivel y fácil de usar.

La compañía ha construido su marca en una simple idea: “piensa diferente.” La marca funciona ... bueno, al menos funcionó con Meghan.

Como Apple lo ha demostrado, la marca puede evocar sentimientos positivos dentro de nosotros. Nuestro objetivo con la marca Cru es lograr lo mismo. Queremos que la gente tenga una experiencia genuina en cualquier momento que estén en contacto con “Cru”. Deben asociar a Cru con vidas cambiadas (las tuyas y otras a través de Jesús), relaciones significativas (con otros y una relación creciente con Dios), y oportunidades significativas (hacer una diferencia, ir a cualquier parte y hacer cualquier cosa por el bien del Gran Comisión). Tu

puedes preguntarte por qué este tema de la “marca” se ha convertido en un gran cosa en Cru en los últimos años, así que, aquí hay algunas razones por qué desarrollar una marca fuerte (especialmente en tus cuentas de redes sociales) puede impactar positivamente a ti y tu ministerio .

1) Credibilidad repetidas de exposiciones de una marca con el tiempo aumenta la credibilidad, pero sólo cuando esas exposiciones refuerzan una apariencia consistente, la sensación y el tono. Piense en un viaje potencial para un estudiante; amigos en su grupo de jóvenes tienen una camisa de Cru y ama a Cru, leen un artículo sobre los estudiantes de primer año en la universidad de Cru en línea, entonces escuchan sobre un evento Cru en su ciudad a través de su iglesia. Comienzan a ver que Cru está activo en todo el lugar y participan en las cosas que les interesan. Ahora, ¿qué probabilidades tiene esta persona de decir “Sí” cuando sea invitado por un amigo a venir con ellos a un evento de Cru?

2) Unidad Queremos que la gente conozca y reconozca a Cru fácilmente a través de todos sus ministerios para mostrar el alcance y la amplitud de la organización, así como aumentar la transferibilidad de un ministerio de Cru a otro. Un ejemplo específico sería que un ex alumno del ministerio en la universidad ya se sienta cómodo y familiarizado con Cru cuando llegue a su nueva ciudad.

3) Calidad Cru tiene una historia y un historial a diferencia de casi cualquier otro ministerio alrededor. Tener estándares de marca que aporten consistencia a los detalles muestra profesionalismo y calidad que la gente espera de una organización mundial establecida desde hace mucho tiempo.

Aquí hay algunas directrices de marca ... te prometemos, que no es tan malo.

Colores

El color es una de las primeras cosas que asocias y reconoces con las marcas. Piense en ello: Coca-Cola “posee” el color rojo; UPS posee marrón; Starbucks es dueño de su verde. Cru tiene una oportunidad única de poseer Oro Cru.

Aplicado de una manera reflexiva y consistente, el color es una poderosa herramienta que las audiencias asocian con una marca, lo que nos permite crear un reconocimiento instantáneo. Al poseer nuestro color podemos diferenciarnos y destacar entre muchas organizaciones que compiten por la atención.

Nuestra paleta primaria de colores está compuesta por Cru Oro, Cru Gris y generosas cantidades de espacio en blanco. Estos son los colores dominantes en todas nuestras comunicaciones.

Oro Cru

PANTALLA

RGB: 249-182-37
HEX: f9b625

PAPEL CUCHÉ

Tinta sólida: PMS 123 C
CMYK: 0-24-94-0 PAPEL NO

ATADO

Tinta sólida: PMS 115 U
CMYK: 0-10-100-0

EQUIVALENTE GRIS

K = 22

Cru Gris

PANTALLA

RGB: 98-96-98
HEX: 666062

PAPEL CUCHÉ

Tinta sólida: PMS Cool Grey 11 C
CMYK: 0-2-0-68

PAPEL NO ATADO

Tinta sólida: PMS Cool Grey 11 U
CMYK: 0-0-0-65

EQUIVALENTE GRIS

K = 65

Blanco

PANTALLA

RGB: 255-255-255
HEX: FFFFFFFF

PAPEL CUCHÉ

CMYK: 0-0-0-0

PAPEL NO ATADO

CMYK: 0-0-0-0

EQUIVALENTE GRIS

K = 0

Tipografía

Tipografía Digamos que desea crear un gráfico para un evento próximo; Con miles de fuentes por ahí, ¿qué elegirías? Tenemos algunas fuentes oficiales de Cru que deben funcionar como un valor pre-determinado para tus promociones. Y por cierto, todos estas se pueden descargar de forma gratuita en la Web de Coordinadores

Aplicaciones primarias (body text, headlines, captions)

Freight Sans Pro Light
 Freight Sans Pro Book
 Freight Sans Pro Medium
Freight Sans Pro Bold

Aplicaciones secundarias (body text, headlines, captions)

LEITURA ROMAN 3
 (TODAS LETRAS MAYÚSCULAS)

Imágenes

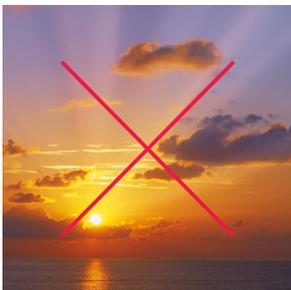
Cuando publica imágenes en las redes sociales, hay algunas cosas que desea capturar:

- 1) Utiliza fotos reales de personas reales.** La mayoría de las personas puede detectar una foto de stock a una milla de distancia, así que trata de tomar fotos de estudiantes reales en acción para hacer tu contenido más reconocible.
- 2) Muestra comunidad.** Muchos estudiantes serán atraídos a tu ministerio debido a la comunidad y las amistades que pueden encontrar allí, así que asegúrate de reflejar eso usando imágenes con grupos de estudiantes tanto como sea posible.
- 3) Muestra diversidad.** Queremos que todos se sientan incluidos y bienvenidos en Cru, así que asegúrate de que tus imágenes muestren diversidad en género, raza e incluso edad.

Aquí hay algunas imágenes que reflejan bien la marca de Cru:



Aquí hay algunos ejemplos de imágenes que no reflejan bien la marca de Cru:



No te bases en estereotipos de inspiración excesivamente usados



No utilices artefactos religiosos o símbolos como accesorios; nunca uses fotos de personas que personifiquen a Jesús (Excepción: fotos de productos organizacionales, es decir, el Proyecto de Película de Jesús)



No utilices imágenes que aparecen montadas o posadas; Las imágenes deben ser creíbles y dar la impresión de que hemos capturado un momento



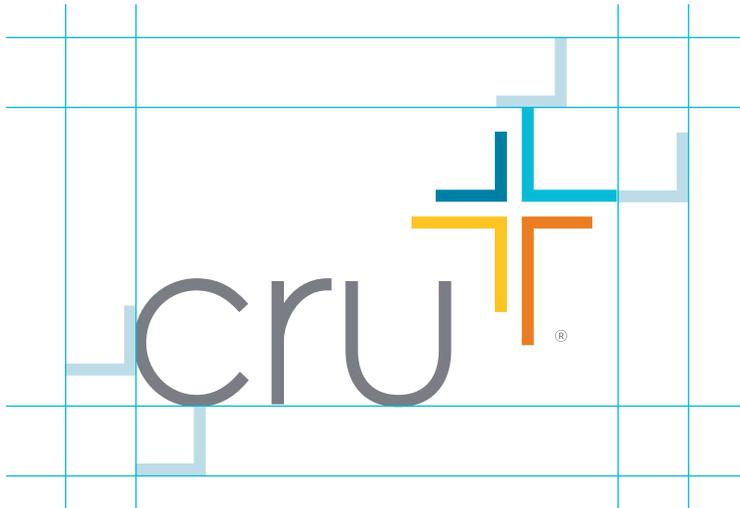
No uses imágenes que representan un sentido artificial de felicidad o sentimentalismo; Las imágenes deben ser realistas en su representación



El Logo “Me hace ver bien!”

Espacio

Con el fin de hacer nuestro logotipo tan reconocible y “destacado” como sea posible, es importante no llenarlo con otros elementos. Afortunadamente, hay una manera fácil de determinar la cantidad mínima de espacio que necesitas para el logotipo de Cru. Echa un vistazo al logo Cru; En las cuatro esquinas de cruz, toma el cuadrante superior izquierdo (el azul oscuro) y utilízalo como un espaciador así:



Y voila, ¡Esa es la cantidad de espacio que necesitas!

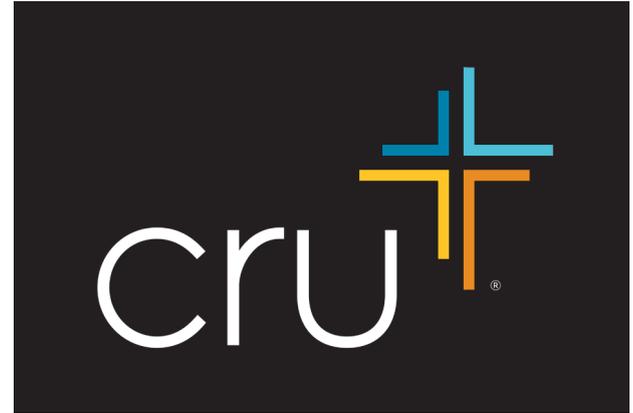
Claridad

Siempre queremos que nuestro logotipo se vea genial, así que asegúrate de que está usando una versión de alta calidad que no parece granulada o descolorida. Una vez más, todo eso lo pueden descargar en la Web de Coordinadores.

® **en lugar de TM** Echa un vistazo al logotipo de Cru que estás usando. Si tiene una TM después de ella, tienes una versión antigua que necesita ser actualizada (en serio, La Ley no los dijo, y casi nunca cuestionamos a La Ley). Ve a la Web de Staff y actualiza tus logotipos con la nueva versión elegante.

Cambiando el logotipo de Cru Hay muchas áreas para la creatividad dentro de la marca Cru, pero la alteración del logotipo no es una de esas áreas (lo siento). Cuando se piensa en las grandes marcas que evocan sentimientos, se ve el logotipo utilizado de la misma manera en los mismos colores todo el tiempo. Aunque puede ser divertido agregar una mascota de la escuela, cambiar los colores o distorsionar la imagen, al final nunca se ve bien.

Hay solamente dos variaciones del logotipo Cru a color, y son estas:



Un logo para tu ciudad

La única personalización que se puede hacer al logotipo de Cru es algo que llamamos un “lockup”. Un lockup es el logotipo de Cru oficialmente conectado con el nombre de tu universidad. Si desea un paquete de lockup para tu escuela, comuníquese con brandmanager@cru.org y obtendrá todo lo que necesita. He aquí un ejemplo de un lockup de logotipo:



No seas ese chico.



CÓMO NO HACER LAS REDES SOCIALES

Eres Fastidioso

Todos hemos estado allí. Te registras en Facebook y ves que a Abue' le gustó 40 de tus fotos, escribió una pregunta personal vergonosa en tu muro y de alguna manera logró cargar todas las fotos donde saliste mal que alguna vez tomaste con hashtags como #nietos #aruba #abue #facebook y así sucesivamente. Ella no sabe nada mejor que eso, pero ahora tu si lo sabes.

Cada plataforma tiene su propia etiqueta (ver “Publicación por Plataforma” para más información). Hay un límite en la frecuencia con la que publicas, cuántos hashtags usar y cuánto texto agregar. Parece un montón de reglas para algo que se suponía que era fácil. Pero no te desanimes, te diremos todo lo que no debes hacer para que no cometas

los mismos errores que Abue'.

1) Sé que quieres, pero no lo hagas. Los medios sociales no son el lugar para cambiar la teología de la gente o para ganar una discusión. Cuando Jesús se encontró con las personas, Él los encontró donde estaban, no donde esperaba que fueran. Al publicar, piensa en los medios sociales como una herramienta de ministerio. Conéctate, da recursos y haz preguntas reflexivas.

Celebra la vida con tu ciudad y responde a lo que está sucediendo allí (como tu grupo participando en Cajas de Amor “Boxes of Love”). Encuentra un área comun. No hagas de Jesús la única cosa sobre la que escribes, porque las re-

des sociales son más que eso. Es el lugar para construir relaciones, iniciar conversaciones y dejar que la gente sepa que tu comunidad está ahí para servir al campus.

2.) Tómallo con calma. Jesús no era de Izquierda o de Derecha. Las redes sociales de tu ministerio no son el lugar para promover temas políticos o de controversia social. No golpees otras organizaciones o golpees individuos o sus creencias.

Puedes estar apasionado por temas como la homosexualidad y el aborto, pero no podemos esperar que las personas que no han encontrado a Jesús sean cambiadas solo por una publicación. Tu feed de noticias cuenta una historia. ¿Qué dice el tuyo acerca de quién es Jesús, quiénes somos como Cru y la comunidad a la que estás invitando a las personas? Para ideas sobre qué publicar, ve “Evangelismo”.

3.) Jerga de la ciudad. Muestre a los influyentes, líderes de la ciudad y líderes de las misiones en acción. La gente quiere ver los mensajes centrados en

los demás para desafiar a su comunidad a tomar fotos. Estos mensajes son geniales para compartir en las redes sociales de tu ministerio y con los compañeros de oración

4.) Por favor se mi amigo. Una vez en la universidad, Ángel le pidió a una chica que fuera su amiga durante la clase - la chica nunca se sentó junto a ella de nuevo. Compartimos esta historia vergonza para enfatizar la importancia de no pedir a la gente que te siga o que sea tu amigo en las redes sociales. Dáles buen contenido y ellos querrán quedarse.

El otro lado de eso, recuerda que a quien sigues dice mucho de ti. Sigue, da me gusta o comparte los mensajes de otras organizaciones o de los equipos atléticos de la universidad.

5.) Si te gusta, entonces me gustará. Instagram lo ha dicho mejor: “Documenta la vida, muestra tus momentos extravagantes, y cuenta una historia vibrante, llena de filtro.” Si te gusta algo hay posibilidades de que tu público en las redes sociales también le guste, así que, comparte fotos, videos, texto e ideas de las cuales te sientes inspirado.



CONTENIDO DE CALENDARIO

¡Agendémoslo!

No planificas y no posteará. Lo hemos dicho antes y lo repetiremos, sabemos que estás ocupado. Es por eso que el consejo más importante que podemos enfatizar es la planificación de tu contenido.

Animamos a los ministerios a crear calendarios de contenido porque con un período corto de tiempo puedes programar meses de antelación. Esto te permite organizarte y ahorrar tiempo a largo plazo. Hemos trabajado con varios ministerios y cada vez que ellos aplican un calendario planificado han visto aumentar el número de seguidores y el engagement.

Así que, respira profundo, toma una taza de café y

vamos a hacerlo. ¡Tu puede hacer esto! Si todavía está experimentando una sensación de ruina, siéntete libre de tomar un momento para aplastar una lata de soda vacía en tu cabeza o escucha Eye of the Tiger para que te prepares psicológicamente. Podemos esperar.

¿Listo? Ok.

Primero, consideremos el objetivo de tu ciudad con algunas preguntas. ¿Cuál es tu objetivo con las redes sociales? ¿Quiere dirigir a las personas al sitio web de tu ministerio, quiere más seguidores, quiere más compromiso, quiere que las personas sepan que existes en tu ciudad? ¿Quiere ayudar a la gente en tu ciudad utilizar tus redes sociales para el evangelismo?

Una vez que conozca las respuestas a estas preguntas, puedes avanzar al siguiente paso. Mira cuáles plataformas de redes sociales ya tienes y habla con tus estudiantes sobre las plataformas que deberían usar basándose en la demografía y el grupo específico que tienes como objetivo.

A continuación, planifica por un mes, pero trabaja semana a semana. Comience pensando en una semana normal y planifica un tipo de publicación para cada día.

Domingo Haz una pregunta interesante

Lunes Publica una imagen con un versículo

Martes Publica un video

Miércoles Comparta una imagen de Cru

Jueves Jueves de Antaño

Viernes Resumen o frase de la reunión de un grupo grande

Sábado Comparte una publicación de un pastor o un artista

Una vez que tu semana está planificada, multiplica el contenido por cuatro y BUM, tienes el contenido de un mes. Ahora sabes que necesita cuatro videos para el mes para publicar los martes.

Puede elegir las mismas pautas cada semana durante 3 meses y cambiarlo de vez en cuando, cuando tengas campañas, eventos de alcance o conferencias.

Sabemos lo que estás pensando, “nos dijeron que publicáramos varias veces al día.” Sí, y deberías hacerlo. Se consciente de que tendrás cosas aleatorias como eventos especiales, eventos de alcance, campañas, recordatorios para reuniones de grupos grandes y demás. Puedes programar los mensajes con antelación si tienes toda la información. Si no, toma unos minutos al principio de cada semana para programar el contenido actual.

Una vez que sepas qué publicar y cuántas publicaciones, es hora de crear el contenido. Consulta “Contenido” para más información.

Ok, lo tienes todo planificado. Hecho y organizado. Todo lo que queda por hacer es programar tus publicaciones. Sugerimos tomar una hora más o menos al principio de cada mes y programar todas las publicaciones en Facebook y Twitter. Con la excepción de algunas publicaciones especiales y de Instagram no tendrás que preocuparte de publicar todos los días. Para más información sobre cómo funciona esto, lee “Programación y Estadísticas”.

Viste, no fue tan malo.

Algunos pensamientos finales:

- Nos encanta usar los Calendario de Google con los ministerios con los que trabajamos. Nos ayudan a visualizar cómo se verán las redes sociales y es fácil de compartir con los demás. También es fácil vincular todo el contenido directamente en el calendario para que no tengas que buscarlo más tarde, especialmente si utilizas Google Drive.

- No vincules tus cuentas de redes sociales para

publicar al mismo tiempo. Sé que parece más fácil, pero Facebook y Twitter lo penalizan, lo cual hace que tus mensajes sean menos efectivos.

- No te cases con nada. Ve lo que funciona y lo que no. Si algo no funcionó bien intenta algo más. Eso está bien.

- Cambia las horas en que publicas. Observe cuándo se genera la mejor conexión y publica en esos momentos. Esto tomará tiempo y fluctuará durante todo el año. Se paciente con eso, vas agarrarle el ritmo. Para más información, lee “Programación y Estadísticas”.

En la siguiente página, verás un ejemplo de un horario semanal para el movimiento ministerial Epic.

¡Echa un vistazo al contenido en línea para ejemplos de calendarios!

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES
<p>Dáde a los millenials un lugar para reunirse si quieren ir a la iglesia contigo</p> <p>#aventoniglesia #portland</p>	<p>Anima a jóvenes profesionales en sus áreas de trabajo</p> <p>#feytrabajo #ciudadpróspera</p>	<p>Re-tweet algo de otro ministerio</p>	<p>Publica un vídeo corto o foto de un millennial haciendo la diferencia en la ciudad.</p> <p>#seladiferencia #coloradosprings</p>

JUEVES

Toma la foto de una reunión con jóvenes profesionales en una cena y publícalo.

#conectar
#NYC

VIERNES

Publica un versículo y un gráfico

También, usa este día para programar tus publicaciones y obtener contenido

SÁBADO

Pública un contenido sobre cómo prosperar en la ciudad

#citysurvivaltip
#orlando

NOTAS:

AHORA
¡Es tu turno!



DOMINGO

LUNES

MARTES

--	--	--

MIÉRCOLES

JUEVES

VIERNES

SÁBADO

--	--	--	--



CONTENIDO

Tan fácil que un cavernícola puede hacerlo

¿Recuerdas haber aprendido acerca de las sociedades primitivas hechas de cazadores y recolectores? Bueno, en las redes sociales tu eres un cazador y recolector. OK, no vas a estar literalmente matando jabalíes y recogiendo arándanos, pero el concepto se mantiene. Tu estás en la búsqueda de materiales de calidad en las redes sociales y estás poniendo todo lo que encuentres de buen uso en tu página.

La recopilación y creación de contenido es quizá la parte más desalentadora de las redes sociales para la mayoría de los Coordinadores. Te puedes estar preguntando, “¿Cómo puedo pensar en tanto contenido?” “¿Dónde consigo el contenido?” “¿Cómo puedo crear mi propio contenido?” Lo entendemos. Parece mucho, pero no tiene que ser

abrumador. Aquí hay algunos consejos y trucos para ayudarte a hacerlo un poco ... no, mucho, más rápido y más fácil.

1. Organízate: Reserva tiempo para planificar un calendario de contenido para el mes (para más detalles, ve la sección “Calendario de contenido”). Planificar tu Contenido a lo largo de una sesión en la que te encuentras en pleno modo creativo te permite adentrarte en un ritmo y te ayuda a evitar la sensación de “¡Oh no! ¿Qué publicó hoy?”. Una vez que tengas tu calendario delante tuyo, Será mucho más fácil ver qué contenido necesitas reunir. Por ejemplo, si planeas publicar un versículo de la Biblia todos los viernes, ya sabe que necesitas encontrar cuatro versículos para usar para el mes.

2. Publica acerca de un tema. Publicar desde cero puede ser duro, así que ¿por qué no crear un tema para la semana o el mes? el tema podría basarse en la temporada del año (en agosto todo trata sobre el regreso a la escuela), o podría ser un tema completamente diferente (en febrero vamos a publicar sobre el perdón). Si tienes una campaña o tema, entonces todos tus gráficos, versículos y videos pueden ir junto con la publicación. Cuando estés dando ideas para el contenido, es mucho menos abrumador decir, “Déjame encontrar cuatro citas buenas sobre el perdón” que decir, “Déjame encontrar cuatro citas buenas”.

3. Piensa en tu audiencia. ¿Quién es tu público? Y ¿qué se les puede dar para estimular o agregar valor? ¿De qué están hablando ya? Únete a la conversación. ¿Que ha estado pasando con ellos a lo largo del año y que tu podrías hablarles sobre eso? Por ejemplo, sabes que tu comunidad está estresada al principio de la temporada de otoño, así que ¿por qué no crear publicaciones que les animen durante esos meses?

4. Encuentra buenas imágenes. Ahora que tienes la información necesaria, es hora de recopilar y crear

contenido que captará la atención visual de las personas. Confía en nosotros, tu no necesita ser un experto utilizando Photoshop para poder crear gráficos y videos divertidos. Aquí hay algunos recursos que te ayudaran a hacer el proceso rápido y sencillo:

- **Roba el contenido de Cru.** ¿Sabías que Cru tiene un montón de contenido para compartir? Todo es para que lo uses. Tienes todo el permiso para robar y publicar cualquiera de nuestras imágenes, artículos, versículos y videos. No hace falta hacerlo todo desde cero. Echale un vistazo a todas nuestras plataformas para encontrar contenido reciente y antiguo.

- **Haz tu propio gráfico.** Canva.com es un sitio web gratuito para diseñar tus propios gráficos. Hay plantillas para Facebook, publicaciones en Twitter e Instagram, y mucho más. Sólo selecciona el formato que desees y ¡empieza a diseñar! Si te registras en Canva, te guiarán a través de un sencillo tutorial en línea.

- Una forma aún más simple de hacer un gráfico. Overgram App es una herramienta práctica que le permite agregar gráficos y texto a tus fotos en tu

celular. La aplicación tiene una serie de fuentes de moda y opciones de personalización para elegir al crear el gráfico. Es especialmente útil cuando trabajas con Instagram o cuando necesitas crear y publicar algo rápidamente. Es simple y fácil de utilizar. Basta con descargar y seguir las indicaciones.

- **Compartamos otras publicaciones** ¿Has notado que no puedes compartir o volver a publicar fotos y videos directamente en Instagram? Aquí es donde el App llamado Repost es un salvavidas. Esta aplicación te permite volver a publicar cualquier contenido publicado por cualquier persona que veas o siga. Es especialmente útil cuando se trabaja con campañas y se comparten fotos publicadas por los estudiantes. Sólo tiene que descargar la aplicación y volver a publicar desde ahí.

- **La aplicación de iMovie** es ideal para crear y editar videos directamente desde tu celular. Puedes recortar, reducir, agregar música y utilizar el texto fácilmente.

Hemos hablado de cómo crear contenido, pero no todo el contenido se crea igual. ¿Qué contenido de-

berías publicar más y cuál recibe mayor compromiso?

Los videos reciben algunos de los compromisos más altos en los medios de comunicación social. Los videos en Instagram (1 minuto máximo) tienen 400 veces más probabilidades de ser vistos que cualquier otro contenido. Los videos son una manera fresca y atractiva de compartir contenido, y en la era de “menos es más”, no tienen que ser de calidad profesional, solo toma un teléfono inteligente y icrea algo rápido!

Los gráficos también generan compromiso, particularmente en Facebook e Instagram. Encuentre una cita, un versículo o publica información sobre un próximo evento.

Los artículos son una de las mejores cosas para compartir. ¿Haz leído recientemente algo que te gustó en Cru.org u otro sitio web? Comparte eso con tus seguidores y pregúntales qué piensan o escribe una frase rápida sobre lo que pensaste. Lo más probable es que si a ti te gusta, a ellos también les gustará.

Si desea acceder a gráficos, videos y artículos para uso en tus redes sociales, échale un vistazo a nuestro contenido en línea.



HASHTAGS Y CAMPAÑAS

¿Qué pasa con ese signo numeral?

Los hashtags son utilizados a diario en todas las redes sociales. Parece que cada publicación va seguida de una gama de hashtags, especialmente si es la publicación de una chica adolescente. Pero ¿Para qué son y cuál es su propósito?

Bueno, ya que el título de esta publicación incluye la palabra hashtag puedes asumir que son muy importantes. Cuando son utilizados correctamente, los hashtags son la clave para establecer contactos, generar nuevos seguidores y promocionar tu ministerio en la esfera de redes sociales. ¿Estas abrumado, es mucha información? No temas, utilizar hashtags es simple.

- ¿Cuántos hashtags debo utilizar? Dos o tres. Esto mantiene tu publicación limpia, fácil de identificar

y menos tediosa para tus seguidores.

- Escoge un hashtag que sea único para ti. #NadieMás
- Escoge un hashtag que represente e identifique claramente tu ministerio.
- Investiga sobre los hashtags que estés considerando utilizar para así asegurarte de que no sean muy populares o tengan contenido inapropiado.
- Hazlo simple. Las personas estarán más dispuestas a utilizar el hashtag si es corto.
- Buena Ortografía. Es mejor no tener errores ortográficos

- Utiliza los hashtags de tu universidad. El propósito de los hashtags es dar notoriedad. Si combinas el hashtag de tu universidad con el de tu ministerio aumentarás tu capacidad de alcanzar a miles. Por ejemplo: #CruOrlando
- Sigue a los periódicos, estaciones de radio, redes sociales y departamento de deportes de tu universidad. Esta es una manera fácil de saber que está pasando y que hashtags son populares.

Empecemos una campaña

Las campañas promueven tu ministerio y demandan una mayor interacción durante cierto tiempo para cumplir un propósito. Su tiempo de duración puede variar de un día a varios meses o más. Eso depende de ti. Las campañas deben promover tu ministerio y brindar contenido a tus redes sociales o página web. Deben tener un propósito específico, ser interesantes y fáciles para que el público se involucre.

¡Comencemos!

- Escoge un hashtag específico para tu campaña y utilízalo con los hashtags de tu ministerio y universidad.
- Los concursos y regalos son una muy buena forma de involucrar a la gente. ¿A quién no le gustan los regalos?
- Los videos son divertidos, así que considera hacer tu propio video que acompañe la campaña.

Por ejemplo:

Una Semana Santa, el equipo de redes sociales de Cru lanzó la campaña #AtThisTime (#EnEsteTiempo), la misma se enfocaba en la última semana de la vida de Cristo antes de la resurrección. La premisa de la campaña era permitir que las personas vieran en tiempo real como fueron los últimos días de Cristo, incluyendo una descripción detallada del Viernes Santo



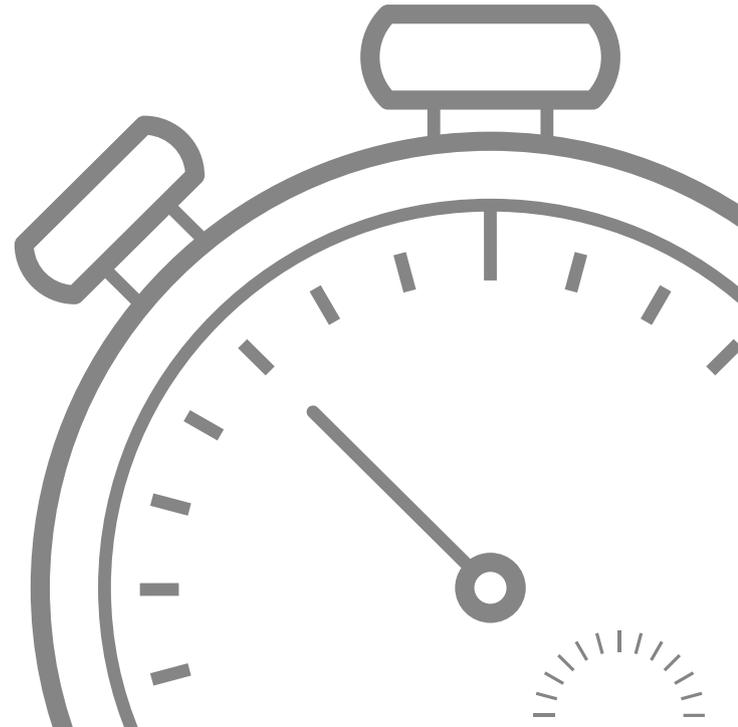
PROGRAMACIÓN Y ESTADÍSTICAS

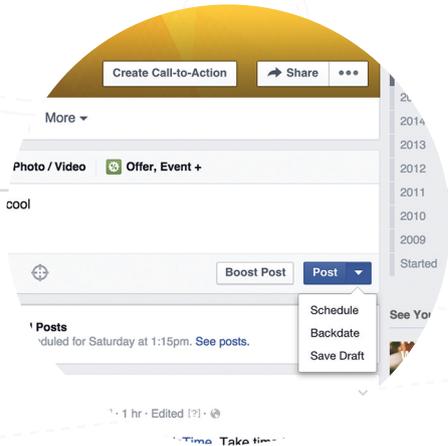
Utilizando tus súper poderes

Espera un minuto, ¿No tienes súper poderes para retrasar el tiempo y terminar todo lo que debes de hacer en un día? Debes estar bromeando.

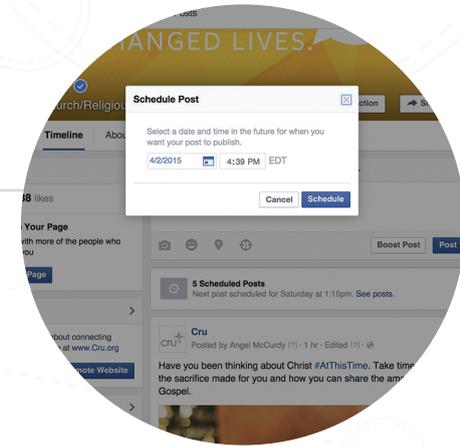
Sabemos que no tienes todo el tiempo del mundo, pero ahora ya debes saber que las redes sociales son vitales para tu ministerio. Ahora, ¿Qué pasaría si pudieras tomarte unos cuantos minutos al inicio de la semana y realizar todas las publicaciones en redes sociales en ese instante? Bueno, ¡Estás de suerte!

Aquí te mostramos algunas herramientas que puedes utilizar para programar tus publicaciones y mantener tu salud mental.

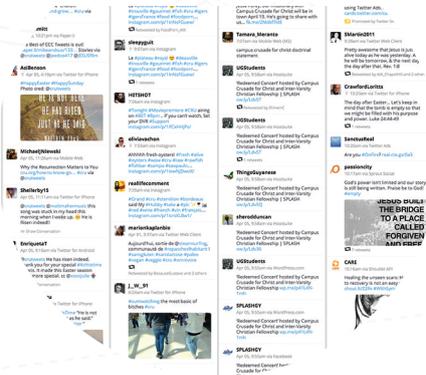




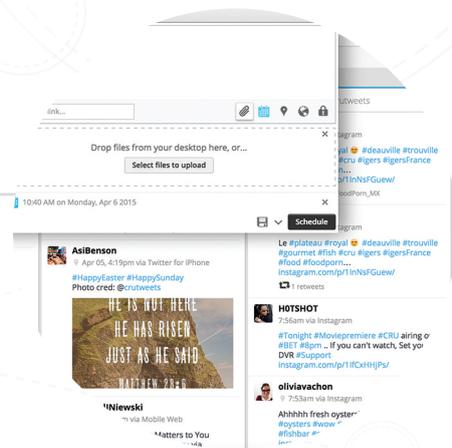
En Facebook es muy fácil agendar una publicación. Ve a tu página, y da clic en la flecha junto a “Publicar”



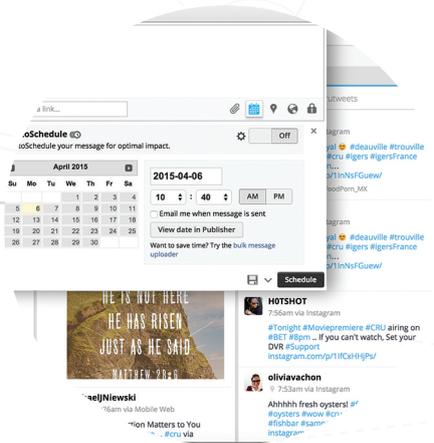
Selecciona la fecha y tiempo en el que quieres que tu publicación se publique. Esta opción solo está disponible para fan pages así que si aún estas trabajando con una página de grupo, te sugerimos que hagas el cambio.



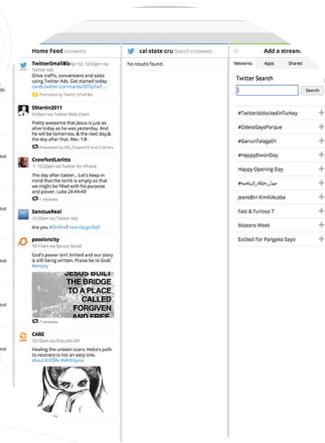
Sabemos que cuentas con un presupuesto. Así que sugerimos que utilices Hootsuite para agendar tus publicaciones en Twitter. Simplemente da clic en el área de Escribir mensaje en la parte superior izquierda de tu pantalla.



Cuando salga la ventana puedes crear tu mensaje.



Luego, toca el ícono del calendario y seleccione la fecha y la hora que deseas que el tweet aparezca. Recuerda que Hootsuite usa links (direcciones) para los gráficos e imágenes, así que sugerimos publicarlos organizadamente si tienes el tiempo.



Tu también puedes usar Hootsuite para escuchar lo que las personas están diciendo acerca de ciertos hashtags, cuando has sido mencionado y acerca de qué están hablando tus seguidores. Sólo crea un “stream” con lo que deseas ver.

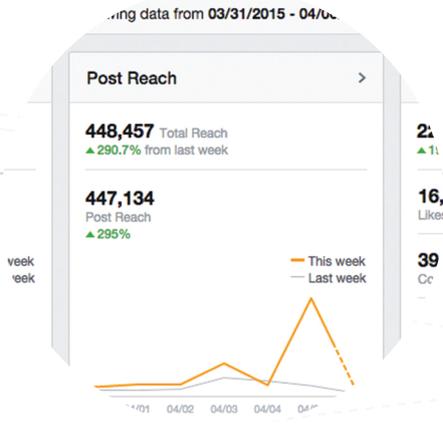
iAprende cómo en Hootsuite.com!

ESTADÍSTICAS

Sé que la palabra “estadísticas” puede hacer que algunas personas corran hacia una montaña a gritar. Pero las compañías de redes sociales están trabajando en hacer el proceso analítico fácil. Esta analítica te ayudará a entender si la campaña tuvo éxito, cuáles publicaciones están bien y qué necesita ajustarse en tus publicaciones.



Para ver el análisis en Facebook, ve a la sección “Estadísticas” en tu página.

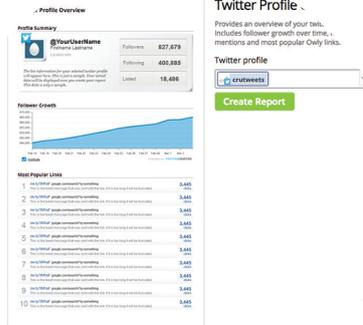


Estadísticas te enseña desde cómo está tu página con el número de Me Gusta por semana hasta cómo están tus publicaciones en relación al compromiso y alcance (revisa la sección “Jerga” para ver por qué es importante).

Legend: ■ Reach: Organic / Paid ■ Post Clicks ■ Likes, Comm.

Targeting	Reach	Engagement	Promote
🌐	5.1K	108 63	Boost Post
🌐	311.8K	1.7K 12.9K	Boost Post
🌐	6.8K	111 142	Boost Post
🌐	5.9K	28 184	Boost Post
🌐	14.5K	62 115	Boost Post

Incluso puedes echar un vistazo más cercano en cada publicación para ver los detalles de cómo estuvo una publicación en particular dándole un clic sobre ella.



Hootsuite también demuestra algunos análisis. Simplemente da clic sobre “Resumen del Perfil de Twitter” (Twitter Profile Overview) y selecciona la fecha y alcance de los cuáles te gustaría revisar.



Hootsuite te dice cuántos seguidores tu ganas cada día, así como cuántos clics recibió tu publicación.



EQUIPANDO

Todo lo que hago, tu puedes hacerlo mejor

Ya seas Coordinador, voluntario o algo similar, las redes sociales deben estar en el primer plano de cada pensamiento de los líderes. Así que aquí viene la gran pregunta: ¿Quién va a tomar este rol?

Nuestra meta es que cada Ministerio de Ciudad sea entrenado en usar correctamente las redes sociales. Sabemos que, si líderes son entrenados, ellos pueden entrenar a voluntarios y transferir habilidades a otros.

Sabemos que no todos los ministerios de Cru tienen Coordinador a tiempo completo. Eso está bien porque este entrenamiento es para voluntarios y otros compañeros también! En nuestro corazón está poder ver a líderes de cada ministerio tomar posesión y usar las redes sociales en su contexto

ministerial. Por último, queremos ver líderes liderando en redes sociales, como parte de los equipos ministeriales con Coordinadores y entrenadores. Es importante que el Coordinador esté al tanto para que pueda entrenar bien a voluntarios y transferir los roles fluidamente.

Házlo transferible.

Hay muchos cambios en los equipos ministeriales como en los coordinadores, stint, voluntarios que vienen y van en diferentes tiempos. Hacer transferible tu plan en las redes sociales es la clave. El plan va a ahorrar tiempo y trabajo manteniendo el contenido organizado y centralizado.

Crea un espacio en línea que sea fácilmente accesible para los encargados de las redes socia-

les. Este debe ser un lugar seguro, pero debe ser fácil de compartir y difundir si es necesario. Google Drive y Dropbox son muy buenas opciones. Tu puedes almacenar información como nombres de usuario y contraseñas para cada sitio de las redes sociales, campañas y análisis de contenido anteriores, e ideas para el futuro de tu escuela de redes sociales.

¿Cómo puedes entrenar a tus líderes de ministerio para ser exitosos en las redes sociales?

1) Haz de las redes sociales una prioridad. Si tu no crees que es valioso, ellos tampoco lo harán.

2) Manténgase así. Va a tomar un tiempo para desarrollar un momentum y ver los resultados que de-seas. Pero, si continuas así, solo va a mejorar.

3) Se notable en tu ciudad. Haz que tu ministerio sea conocido en tu ciudad publicando contenido relevante, usando hashtags de tendencia y solici-

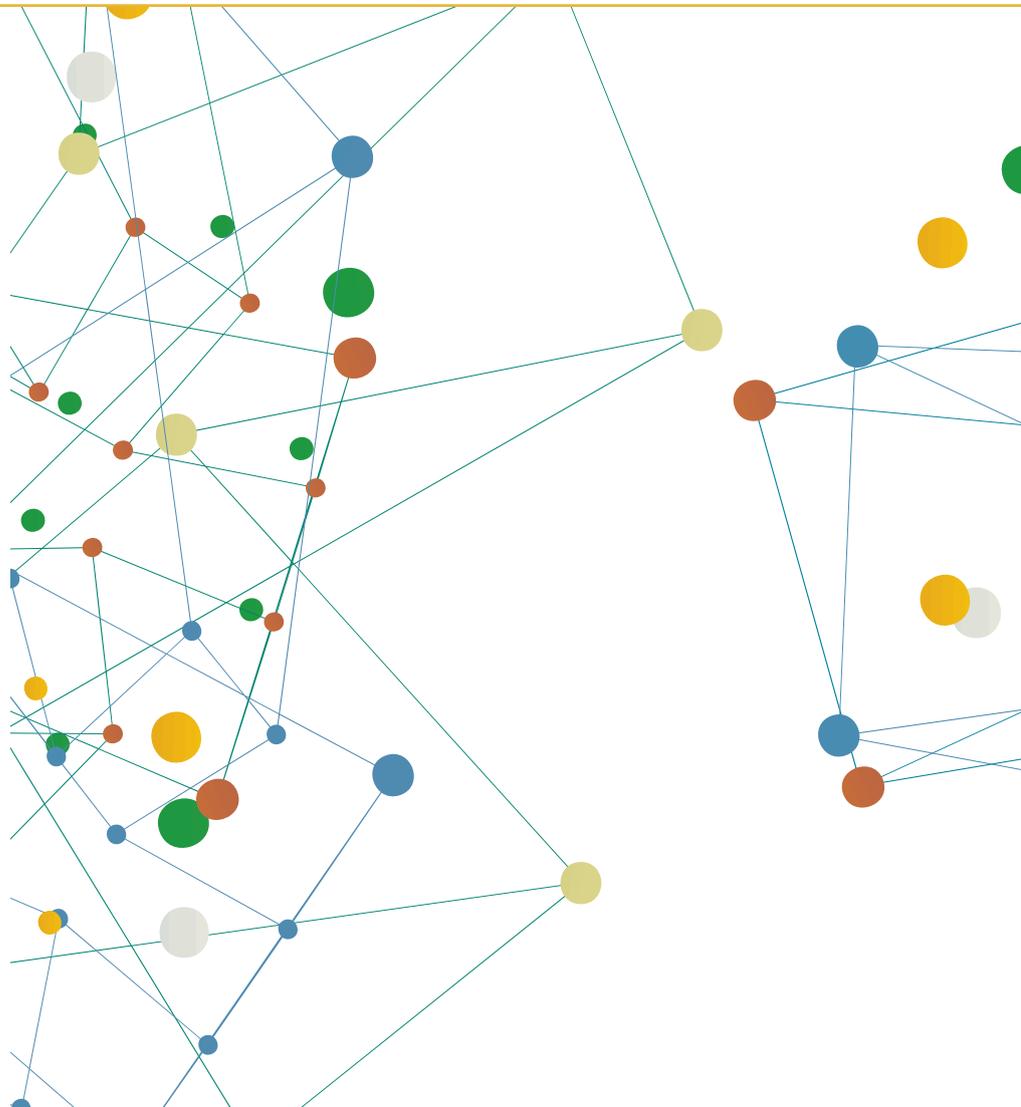
tando a tu comunidad Me Gusta y Seguir a sus páginas cara a cara en las reuniones del ministerio.

4) Contacta a tu audiencia meta en tu ciudad a través de páginas de Facebook y Twitter. Ve a donde ellos están justo cuando lleguen a tu ciudad.

5) Enseña que es publicidad gratis para tu ministerio. Gratis son probablemente las mejores seis letras de una palabra que verás donde y cuando estén relacionadas con publicidad y propaganda. No puede fallar. Entre más personas vean tu ministerio, el mayor impacto tendrá.

6) Las redes sociales son un foco de atención para toda la información de tu ministerio. Anima a tu comunidad involucrada a publicar acerca de eventos y sucesos alrededor de la ciudad.

NOTAS:





EVANGELISMO

Ve y dílo en la web

Vamos a impactarte con algunas estadísticas que probablemente volará tu mente - así que prepárate. Facebook es la tercera mayor población mundial detrás de China y la India. Más del 50% de la población mundial tiene menos de 30 años y más personas tienen un dispositivo móvil que un cepillo de dientes. Se dice que los estudiantes universitarios gastan de 3,5 horas en las redes sociales diariamente.

¿Está tu mente sorprendida? Miramos ese último dato estadístico, Deanna hizo una gran pregunta: “¿Si conocieras un lugar en la ciudad donde la gente está gastando tres o cuatro horas todos los días, no estaríamos animados a ir allí y desarrollar Relaciones? “
¡Claro que lo haríamos y redes sociales es ese lugar!

Creemos que el Señor ha conectado todo el Mundo a través de las redes sociales durante un tiempo como éste. Tenemos la oportunidad de hacer un impacto para Cristo y si no lo estás usando, lo estás perdiendo.

Estamos todos ocupados y tenemos un millón de otras cosas compitiendo por nuestro tiempo, pero si queremos alcanzar al campus y el mundo, las redes sociales deben ser parte de eso.

¿Cómo se ve el evangelizar en las redes sociales?

- **Piense en cómo.** Tu ministerio y los individuos en tu comunidad pueden utilizar las redes sociales estratégicamente para llegar a personas de afuera y servir a tu ciudad.

- **Empoderar y capacitar** a los líderes de tu ministerio usando redes sociales para influir en los no cristianos. Alentar para volver a publicar y participar en cualquier contenido que hayas creado. Esta es una gran manera de conseguir nuevas personas o no cristianos en tu comunidad para que se involucren.
- **Piensa en el público** al que estás tratando de llegar. Considera la posibilidad de ejecutar una campaña específicamente dirigida a estudiantes con dudas y preguntas.
- **Evangelismo es una parte** de tu presencia en las redes sociales. Elige campañas y contenido sabiamente. Se intencional con la frecuencia con que publicas temas evangelísticos. Se un buscador amigable, informativo e interactivo. Si todo lo que haces en las redes sociales es evangelismo perderás la conexión.
- **Para más ideas, lee** “Cómo no usar las redes sociales”.

Una forma de involucrar a los no creyentes de manera significativa es con un alcance en línea. Elige un hashtag para la campaña y asegúrate de incluir el hashtag de tu ciudad y ministerio. Dile a los voluntarios en tu movimiento que participen en las publicaciones y twitter. Puedes usar “Iniciar Conversación Espirituales” de Cru que se encuentran en www.facebook.com/CruGlobal en los álbumes de fotos o que los líderes del ministerio hagan videos cortos de historias.

En el Nordeste, Deanna participó en el Día de Alcance Digital durante su conferencia de invierno. Los líderes capacitaron a los estudiantes durante una conferencia en la sesión principal en la que proyectaron la visión de cómo se vería el alcance.

Se pidió a los estudiantes que escogieran un tema o una pregunta que fuera parte de su testimonio al conocer a Cristo. Luego, cada estudiante grabó un video corto de su testimonio, donde elaboraron sobre qué Cristo había hecho en sus vida ampliando el

tema o preguntas que se presentaron.

Al final del video se realizaron nuevamente las preguntas y se le pidió a la audiencia que respondieran por sí mismos. Se publicaron los videos en los distintos sitios web del campus. Qué manera de compartir lo que Cristo ha hecho en la vida de muchos estudiantes en cuestión de minutos.

Después de la sesión, los estudiantes oraron sobre qué tipo de alcance podían hacer en sus propias redes sociales. Estudiantes hablaron de sus temores y se pidieron ayuda los unos a los otros. Fueron desafiados a dar los próximos pasos compartiendo su fe juntos.

Más ideas para el alcance en línea:

- **Tarjetas o tabla de testimonio.** Haz que los voluntarios escriban una palabra o frase que describa quiénes fueron antes de Cristo (un lado) y después de Cristo (otro lado), luego filma un video corto.

- **Sube testimonios de estudiantes.** Haz que los miembros de tu comunidad sean abiertos y honestos acerca de su vida en la fe, al compartir sobre su viaje de fe

- **Haz preguntas interesantes.** Esta es tu plataforma y la oportunidad de compartir el evangelio de una forma brillante. Aprovecha esto.

- **¿Quién está en tu corazón?** Pide a personas involucradas en tu ministerio, “¿Hay alguien que Dios ha puesto en tu corazón para preguntarle dónde están espiritualmente?”

Luego, desafíalos a orar y a contactar a esa persona para reunirse y hablar. Esto sería genial para hacer como un grupo de alcance, grupo pequeño o en una reunión semanal.

Para obtener ideas de evangelismo más personales, echa un vistazo al video de la charla de Roger Vann, “Aprovechando al máximo Facebook” en nuestra sección de recursos en línea.



A photograph of a man and a woman celebrating. They are both looking upwards with their arms raised. The air is filled with colorful confetti (pink, yellow, red, blue) that is falling around them. The man is on the left, wearing a white turtleneck and a watch. The woman is on the right, wearing a dark top and a watch. The background is a plain, light-colored wall.

Felicidades, lo lograste a través de este libro y ahora eres un gurú de las redes sociales. Siéntete libre de presumir a todos tus amigos. Estamos muy emocionados de que hayas tomado el tiempo para equiparte con herramientas y recursos para alcanzar el mundo para Cristo a través de las redes sociales. Que gran impacto tendrás en el Reino. Sigue adelante audazmente, enseñando y entrenando a otros lo que has aprendido, porque este es el tiempo de llegar a la gente en la era digital.

“Andad sabriamente para con los de afuera, aprovechando bien el tiempo. Que vuestra conversación sea siempre con gracia, sazonada como con sal, para que sepáis cómo debéis responder a cada persona.”

Colosenses 4: 5-6

Para más contenido e información en línea: cru.org/city-social-media



Creado por Meghan Allred, Deanna Kustas & Angel McCurdy | Diseño por Brent Blossom
Traducción al español por Missional Community of Interpreters y editado por Selegna Díaz