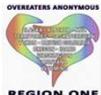


LLEVAR EL MENSAJE

Información pública y Divulgación profesional



Esta literatura ha sido producida localmente. No está aprobado por la Conferencia ni por la Junta Directiva de OA y no representa a OA en su conjunto.

Una colaboración entre la Región Virtual, la Región 1, la Región 2, la Región 3 y la Región 6

PART 1

**The Basics: Why and
How to Carry the Message**



PART 2

**The Underpinnings:
Support Elements**

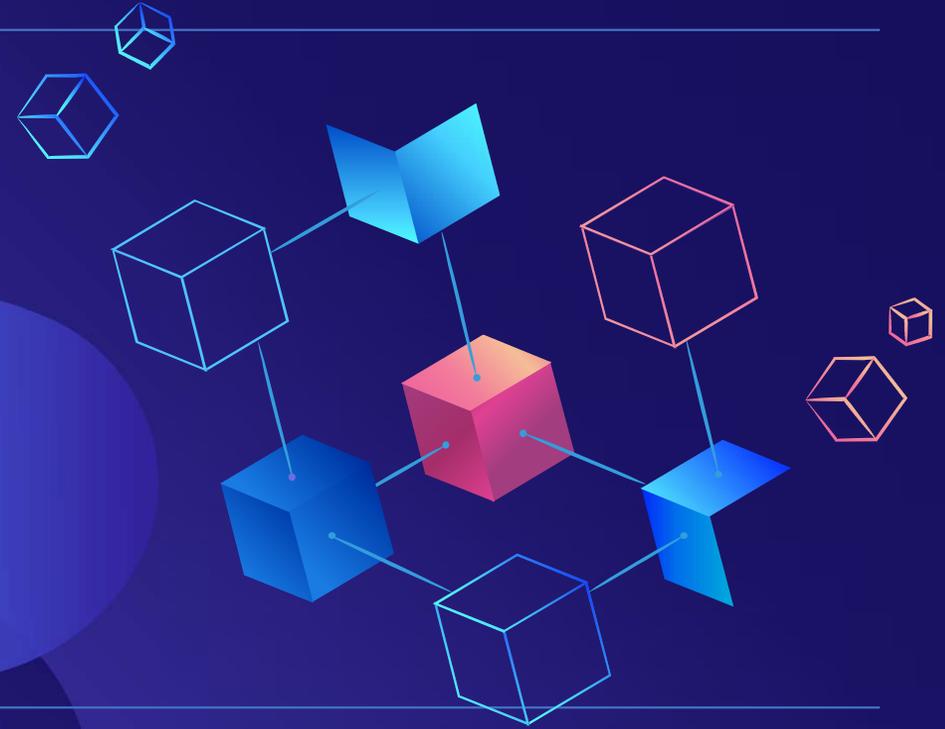


PART 3

**Hands-On: Design and
Place Social Media Ads**



PARTE 1



**Lo básico: Por qué y
Cómo transmitir el mensaje**

A stylized illustration of a rocket launching into space. The rocket is white with a red nose cone and a red circular window. It is surrounded by a large, dark blue, abstract shape that resembles a planet or a nebula. The background is dark blue with several white stars. In the bottom right corner, there is a large, dark blue circle with horizontal lines, resembling a planet or a moon. The overall style is modern and graphic.

Paso 12

"Habiendo tenido un despertar espiritual como resultado de estos pasos, intentamos llevar este mensaje a los comedores compulsivos, y practicar estos principios en todos nuestros asuntos".

Los Doce Pasos y Doce Tradiciones de Comedores Anónimos
© Comedores excesivos anónimos. Reservados todos los derechos.

El taller de hoy se celebra para compartir nuestra experiencia, fuerza y esperanza llevando el mensaje.

¿Cómo lo trabajamos, de qué herramientas disponemos y qué podemos hacer mejor? ¿Qué estamos haciendo para practicar el Paso 12 y la Tradición 5?

Paso 12

- Divulgación: trabajar con los demás
- Hablar con los recién llegados
- Apadrinamiento
- Nosotros somos el mensaje - abstinencia, practicar los principios en todos nuestros asuntos
- Hablar con profesionales (médicos, clérigos, nutricionistas, trabajadores sociales, etc.)

Tradición 5

- La estructura de OA y qué hacen los órganos de servicio
- Información al público
- Cómo llegar a los profesionales
- Cómo podemos mejorar y qué ideas tiene
- Cómo pueden usted y sus reuniones apoyar la información pública y la divulgación profesional

"Antes de su viaje a Akron ...el corredor había trabajado duro con muchos alcohólicos con la teoría de que sólo un alcohólico podía ayudar a un alcohólico, pero sólo había conseguido mantenerse sobrio él mismo. El corredor había ido a Akron por un negocio que había fracasado, lo que le hizo temer que volviera a beber. De repente se dio cuenta de que para salvarse debía llevar su mensaje a otro alcohólico. Ese alcohólico resultó ser el médico de Akron.

Este médico había probado repetidamente medios espirituales para resolver su dilema alcohólico, pero había fracasado. Pero cuando el agente le dio la descripción del Dr. Silkworth sobre el alcoholismo y su desesperanza, el médico comenzó a buscar el remedio espiritual para su enfermedad con una voluntad que nunca antes había sido capaz de reunir. Se puso sobrio y no volvió a beber hasta el momento de su muerte en 1950. Esto parecía demostrar que un alcohólico podía afectar a otro como ningún otro alcohólico podría hacerlo. También indicaba que el trabajo extenuante, de un alcohólico con otro, era vital para la recuperación permanente.

De ahí que los dos hombres se pusieran a trabajar casi frenéticamente con los alcohólicos que llegaban a la sala del Akron City Hospital. Su primer caso, un desesperado, se recuperó inmediatamente y se convirtió en el número tres de A.A.. Nunca más volvió a beber. Este trabajo en Akron continuó hasta el verano de 1935. Hubo muchos fracasos, pero de vez en cuando algún éxito alentador. Cuando el corredor regresó a Nueva York en el otoño de 1935, se había formado realmente el primer grupo de A.A., aunque nadie se dio cuenta en ese momento."

Reimpreso de *Alcohólicos Anónimos*, Adelante a la Segunda Edición (1955) págs. xvi-xvii con permiso de A.A. Servicios Mundiales, Inc.

¿Cómo hablamos a los recién llegados?

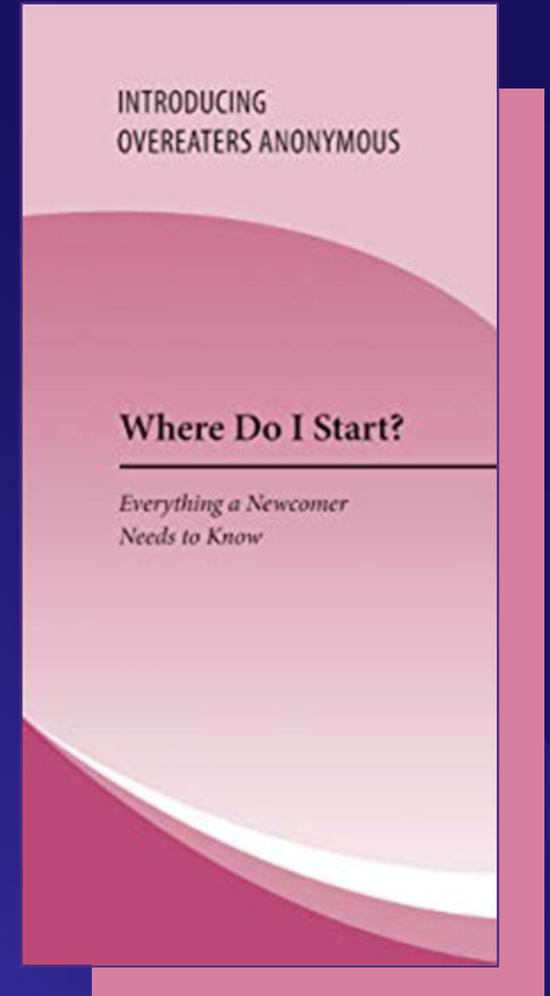
¿Cómo se recibe a los recién llegados?

¿Se dan los números de teléfono a los recién llegados?

¿Cuándo se asegura la reunión de que se responden las preguntas de los recién llegados?

¿Se llama a los recién llegados y se les da la bienvenida después de la reunión?

¿Se celebran reuniones periódicas con los recién llegados?



DECLARACIÓN SOBRE ABSTINENCIA Y RECUPERACIÓN

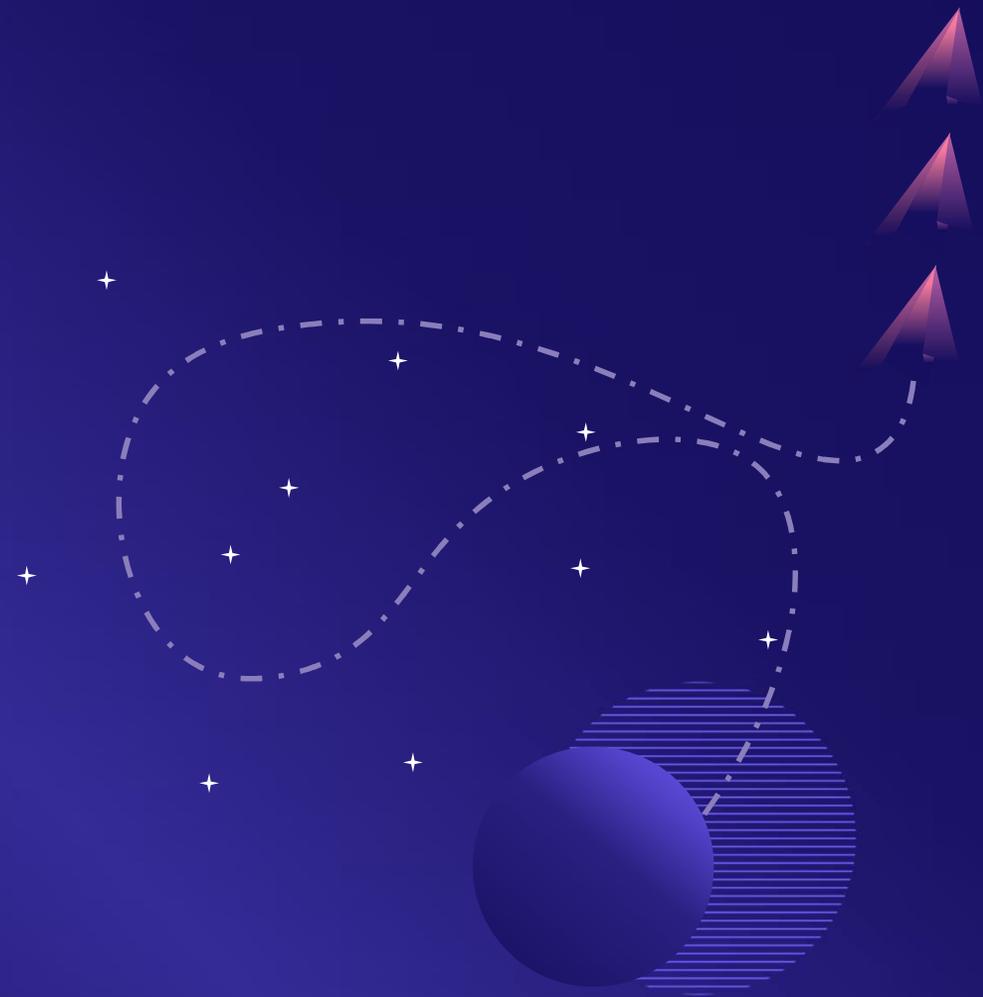
La abstinencia es la acción de abstenerse de comer compulsivamente y de comportamientos alimentarios compulsivos mientras se trabaja para conseguir o mantener un peso corporal saludable.

La recuperación espiritual, emocional y física es el resultado de vivir y trabajar diariamente el programa de Doce Pasos de Comedores Anónimos.

Tradición 5

Cada grupo tiene un único objetivo principal: llevar su mensaje al comedor compulsivo que aún sufre.

Los Doce Pasos y Doce Tradiciones de Comedores Anónimos
© Comedores excesivos anónimos. Reservados todos los derechos.



Celebrating Sponsorship

Stories from the Global Fellowship of Overeaters Anonymous

What Is a Sponsor?

My Job Description

Tradition Eight says, in part, "Overeaters Anonymous should remain forever nonprofessional..." I must remember this in Tradition when I am sponsoring a compulsive overeater. My job as a sponsor



Abstinence Literature Resource Guide

The following literature is specifically helpful for obtaining and maintaining abstinence every day to support you in keeping your abstinence. Overeaters Anonymous offers members and sponsors to help them understand and find helpful topics.

WORKING THE PROGRAM

WORKING THE PROGRAM

WORKING THE PROGRAM

A Guide for Sponsors

Why, when, and how to be an OA sponsor

Sponsoring Through the Twelve Steps

The Tools of Recovery

Helping us live and work the Twelve Steps



Strong Abstinence Checklist and Writing Exercise

Use this valuable tool every day of your life. abstinence. practice it on the steps any



Twelve Stepping a Problem

This writing exercise is an approach using the Twelve Steps of OA to deal with life's challenges without burning to food. Enhance your recovery by using this document individually or as the focus of a workshop.



Sponsorship Kit



Keep the gifts of sponsoring ...

- avoid the use of helping another person
- based in your recovery
- reminders of how far you have come
- we all receive wisdom as your sponsors
- gratitude received from those who recover
- knowing you make a difference

Sponsorship Kit

No lo olvide.

Patrocinadores temporales: Los primeros doce días de los recién llegados



Reimpreso de *Alcohólicos Anónimos*,
Adelante a la Segunda Edición (1955)
pág. 89 con permiso de A.A. Servicios
Mundiales, Inc.

La experiencia práctica demuestra que nada asegura tanto la inmunidad a la bebida como el trabajo intensivo con otros alcohólicos. Funciona cuando otras actividades fracasan.

Esta es nuestra duodécima sugerencia:

¡Lleva este mensaje a otros alcohólicos! Tú puedes ayudar cuando nadie más puede. Puedes asegurar su confianza cuando otros fallan. Recuerda que están muy enfermos.

Los que vivimos este programa no nos limitamos a llevar el mensaje; somos el mensaje. Cada día que vivimos bien, estamos bien, y encarnamos la alegría de la recuperación que atrae a otros que quieren lo que hemos encontrado en OA.

Los Doce Pasos y las Doce Tradiciones de Comedores Anónimos,
Segunda Edición, págs. 86-89.
© Comedores excesivos anónimos. Reservados todos los derechos.



Cómo puede llevar USTED el mensaje



- Trabaja los 12 Pasos y las 12 Tradiciones.
- Practica la abstinencia y los principios en todos tus asuntos.
 - Asistir y apoyar reuniones, talleres y conferencias de OA.
 - Acoger a los recién llegados, llamar a los miembros que faltan y apadrinar a otros.
 - Asumir posiciones de servicio.
- Ofrézcase como voluntario para hablar, dirigir talleres y asistir a su Intergrupo local.
- Póngase en contacto con su médico, clérigo, trabajador social o psicólogo acerca de la OA.
 - Apoye los esfuerzos de información pública y divulgación profesional en su región e Intergrupo.

Cómo pueden llevar el mensaje las reuniones y los intergrupos



- Publicite sus reuniones locales mediante folletos, boletines, anuncios de servicio público y otras formas gratuitas de comunicación.
- Mantener un sitio web y una página de Facebook.
- Comunicarse con los afiliados a través del correo electrónico o boletines informativos.
- Distribuir literatura sobre OA en escuelas, universidades, bibliotecas, profesionales de la salud y el clero.
- Participe en ferias de salud y otros eventos gratuitos o de bajo coste.
- Ofrezca presentaciones a organizaciones locales.
- Adquirir y distribuir literatura de OA.
- Discuta Llevar el Mensaje como parte del orden del día de las reuniones de trabajo de su grupo base.

"Extender siempre la mano y el corazón de OA a todos los que comparten mi compulsión; de esto soy responsable".

El compromiso de OA

Gracias por transmitir
el mensaje.



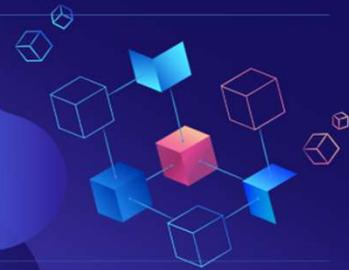
PART 1

**The Basics: Why and
How to Carry the Message**



PART 2

**The Underpinnings:
Support Elements**

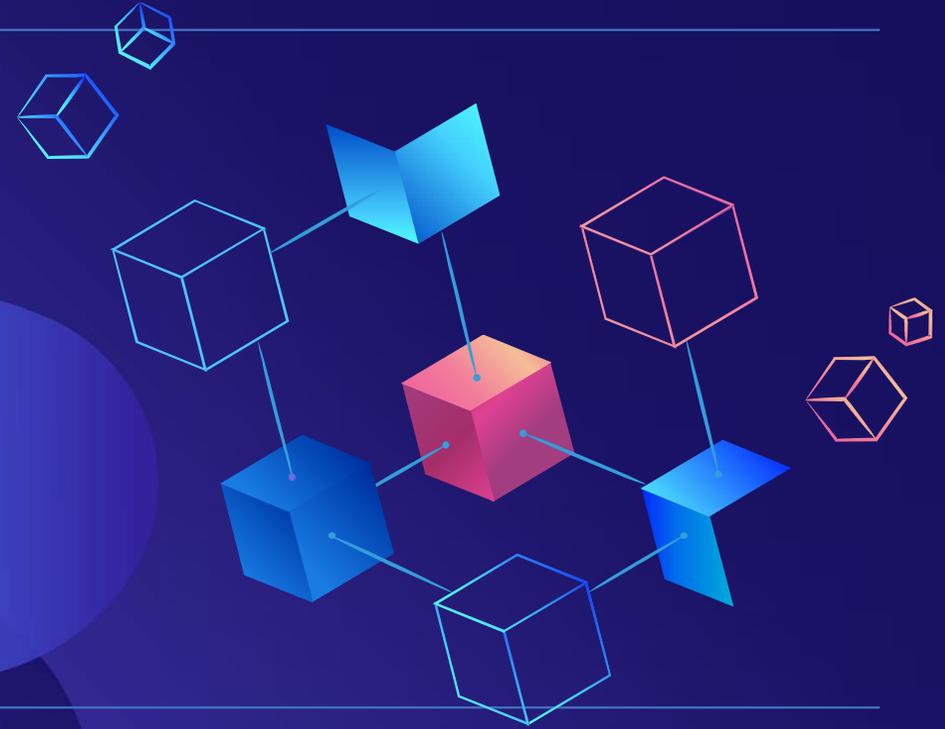


PART 3

**Hands-On: Design and
Place Social Media Ads**



PARTE 2



Los fundamentos: Elementos de apoyo

Difusión de información pública mediante anuncios en Facebook

- ✓ Para cara a cara
- ✓ Para entornos virtuales
- ✓ Para invitaciones a convenciones
- ✓ Para invitaciones a salones de bienvenida
- ✓ Para enviar una invitación a una reunión o evento para recién llegados
- ✓ Invitación general a conocer la OA



Antes de publicar el anuncio

Esta es la buena noticia: vas a atraer a personas que quieran saber más sobre OA.

Ten un plan para asegurarte de que los recién llegados reciban una cálida bienvenida y reciban la ayuda y el apoyo necesarios.



Tu entorno ayuda a determinar cómo respondes.

Requisitos mínimos:

Se necesitan miembros dispuestos a hacer un seguimiento personal y rápido de todas las pistas en el idioma del recién llegado. El seguimiento puede hacerse por teléfono, correo electrónico o mensajes de Facebook (dependiendo de cómo se establezcan los contactos).

Se necesita un espacio, presencial o virtual, donde los recién llegados puedan venir a visitarnos. Puede tratarse de una Sala de Bienvenida, una reunión, una Orientación para Recién Llegados o un evento, como un Maratón de Recién Llegados o un taller centrado en temas relacionados con los recién llegados.

Salón de bienvenida



Recursos adicionales que serían NICE

- Un cuadro de miembros dispuestos y capaces de ser padrinos iniciales y padrinos permanentes
- Un Taller de Estudio de los 12 Pasos
- Un programa introductorio para el grupo de los 3 primeros pasos
- (30 preguntas, etc.)
- Otros 



Protocolo

Organice quién responderá al anuncio. Un método es tener una persona de contacto que envíe información a los miembros del equipo por turnos para que hagan un seguimiento. Así se evita que una sola persona se vea desbordada.

Disponga de un guión de opciones para que su equipo de seguimiento sepa a qué recursos pueden poner fácilmente en contacto con el recién llegado. Por ejemplo, si desea a los recién llegados a las reuniones de su barrio, debe saber qué que los miembros puedan recibirlos en la puerta y acompañarles a la reunión. con ellos. (Esto también puede organizarse para una reunión virtual).

Alternativamente, si hay un programa regular de Reuniones de Orientación para Nuevos en OA, asegúrese de que su equipo de seguimiento sepa cuándo y dónde son.

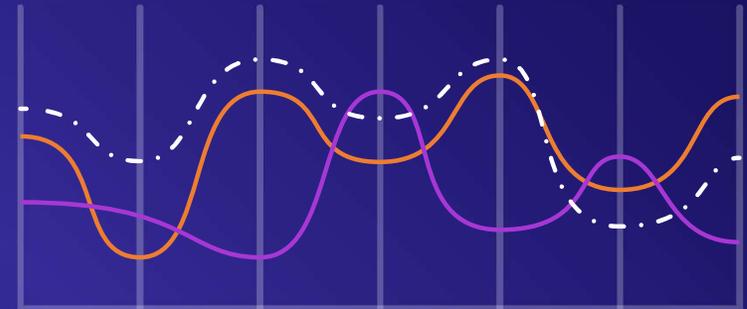
Seguimiento de su seguimiento

Conocerá a grandes rasgos el impacto de sus anuncios -número de personas alcanzadas, clics, seguimiento-, pero hay más cosas que aprender para calibrar la eficacia.

Para saber cómo han funcionado sus anuncios, necesita saber cuántas personas acudieron realmente a una reunión o a un evento para recién llegados. Pida a su equipo que lleve un registro de sus resultados.

Esto podría incluir:

- Recibir el rechazo
- Conectado a una reunión
- Hablar de nuevo con la nueva persona
- etc.



A partir de ahí, puedes ver cuál fue el impacto de la conexión. Aprende de ello para perfeccionar tu proceso y capitalizar lo que funcionó.

Preguntas sobre las campañas de información al público



Así que quieres hacer divulgación profesional

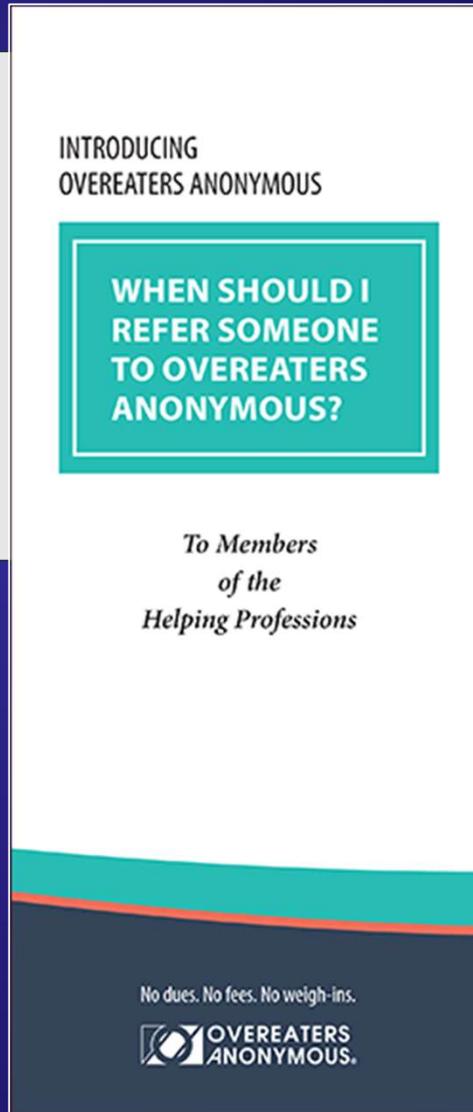
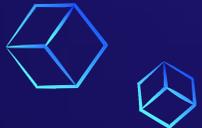


Se trata de una combinación de acercamiento personal y seguimiento con recursos digitales.

En casi todos los casos, una relación personal es lo que te dará acceso. Tu propio proveedor ha visto el cambio positivo en ti. En tus visitas/sesiones/reuniones, puedes mencionar OA y hacer un seguimiento posterior con un correo

Has hablado con tu médico, dentista, terapeuta, nutricionista y/o clérigo sobre la OA.

¿Y ahora qué?



Este folleto está disponible en formato digital. Puede enviarlo por correo electrónico con una carta personal. Vea los ejemplos de correos electrónicos.

Consulte la página web de Recursos profesionales (enlace en el chat). Su organismo de servicio puede crear su propia página de aterrizaje a partir de las ideas de esta página o añadir un enlace desde su sitio web a la página de otro organismo de servicio. Incluya el enlace en su carta.

La página web también contiene modelos de cartas de remisión para compartir con su(s) proveedor(es).

¿Preguntas sobre la divulgación profesional?



**¿Dónde
encontrar todos
los recursos
mencionados?**

Hemos creado una página web de recursos con enlaces a montones de recursos que le ayudarán a diseñar la campaña de información pública o divulgación profesional que mejor se adapte a sus necesidades.



El enlace está en el chat.

Recursos de información pública

Enlace en el chat.

CARRY THE MESSAGE

A COLLABORATION BETWEEN THE VIRTUAL REGION, REGION 1, REGION 2, REGION 3, AND REGION 6

PUBLIC INFORMATION

Resources

Contents

[Part 1: The Basics](#)

[Part 2: The Underpinnings](#)

[Part 3: Hands-On](#)

[Professional Outreach Resources ->>](#)



Recursos de divulgación profesional

Enlace en el chat.

CARRY THE MESSAGE

A COLLABORATION BETWEEN THE VIRTUAL REGION, REGION 1, REGION 2, REGION 3, AND REGION 6

PROFESSIONAL OUTREACH

Resources

Contents

- [Guidelines](#)
- [Speaking to Professionals](#)
- [What to Send and How to Send It](#)
- [Follow Up](#)
- [Sample Letters](#)
- [Public Information Resources ->>](#)



Recursos de divulgación profesional

Guidelines

Resources

[What to Remember When You See Your Doctor](#)

[Guidelines for Health Fair Participation](#)

[Guidelines for Professional Outreach Committees](#)

[Professional Trade Shows Materials](#)

[Professional Exhibits Fund Application](#)

Speaking to Professionals



Many of us have found it helpful to share the benefits changes it has made in us physically, emotionally,

We share

- Weight
- Freedom
- Doing
- Resol
- Body
- A new
- Freedom
- Having
- Freedom
- Cess
- Beco
- Having
- Physi
- Being

MATERIALS

[What to Remember When You See Your Doctor](#)

[What to Remember When You See Your Doctor \(Wallet Card\)](#)

[Compulsive Overeating: An Insider View – The Various Manifestations of Compulsive Overeating](#)

Follow Up



Look for

- Check
- Follow
- Send
- If appropriate, have your Public Information / Professional speaker, special meeting, virtual or in-person event.
- If patients, parishioners, students, employees, or others can speak by phone or over Zoom before they at

MORE RESOURCES

[Overeaters Anonymous, Third](#)

What to Send and How to Send It



Having thanked the provider, we send literature, along with patients.

Let the provider know he/she is welcome to share our contact information with anyone we can help, including sample letters and emails that health professionals can use with their patients. Links for the professional may include access to OA flyers, p

Sample Letters



Sample letters to s

- [Physicians](#)
- [Dentists](#)
- [Other Health Profes](#)
- [Clergy](#)

Sample referral lett

- [Physicians](#)
- [Therapists](#)
- [Nutritionists](#)

[Sample Follow-up Letter](#)

¿Preguntas sobre recursos?



Podemos hacerlo y juntos podemos!



PART 1

**The Basics: Why and
How to Carry the Message**



PART 2

**The Underpinnings:
Support Elements**

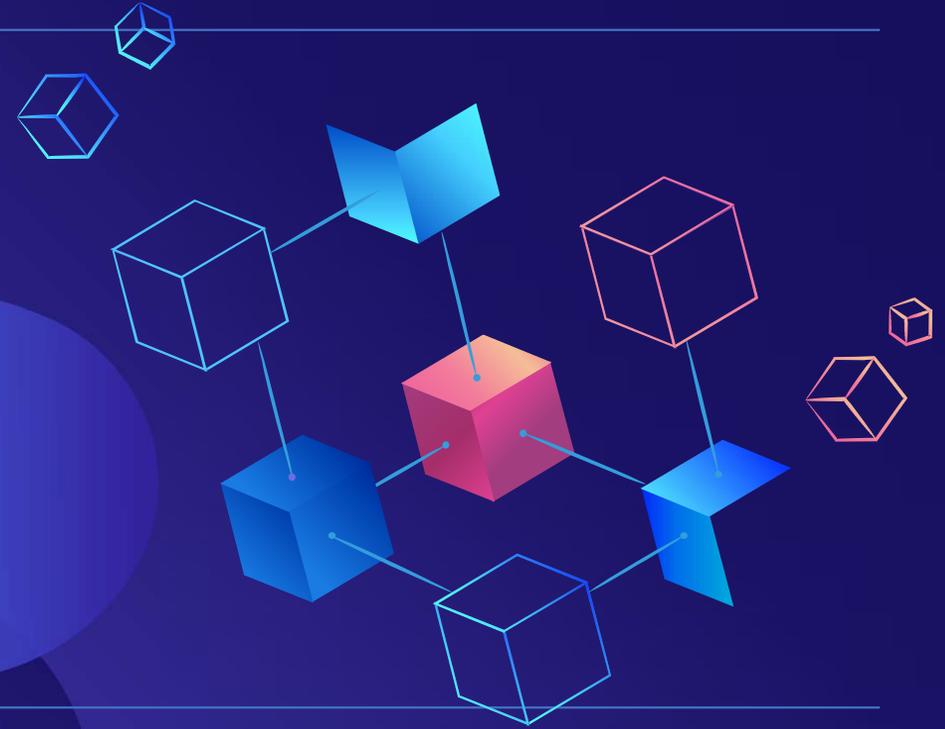


PART 3

**Hands-On: Design and
Place Social Media Ads**



PARTE 3



Práctica: Diseñar y anuncios en redes sociales

Pasos

1. Crea una página de Facebook para tu grupo
2. Crear una cuenta de empresa
3. Cambia a la página del grupo
4. Reúne materiales
5. Crear una publicación
6. Publicar y añadir un botón
7. Elegir tipo de anuncio
8. Seleccionar anuncio
9. Cambiar el objetivo
10. Ajustar audiencia, duración, presupuesto
11. Analizar el resultado



Crear una página de Facebook

1. Ir a facebook.com/pages/create
2. Introduce un nombre de página, una categoría y una biografía.
3. Haz clic en Crear página.
4. Añade una biografía, una foto de perfil y una foto de portada. Las fotos de perfil serán pequeñas y se recortarán en un círculo.
5. Dale a tu página una URL personalizada: Ve a la sección "Acerca de" y edita el campo "Crear página @nombredeusuario" en "General".
6. Haz clic en Hecho.
7. Añade personas para que administren tu página.

Pages > Create a Page

Create a Page

Your Page is where people go to learn more about you. Make sure yours has all the information they may need.

Page name (required)

Men's Intergroup of Overeaters Anon 

Use the name of your business, brand or organization, or a name that helps explain your Page. [Learn More](#)

Category (required)

Health & wellness website  

Enter a category that best describes you.

Bio (optional)

OAMen.org is dedicated to distributing information about meetings, resources, and support for men.

Tell people a little about what you do.

Create Page 

By creating a Page, you agree to the [Pages, Groups and Events Policies](#)

Intergrupo de Hombres de OA



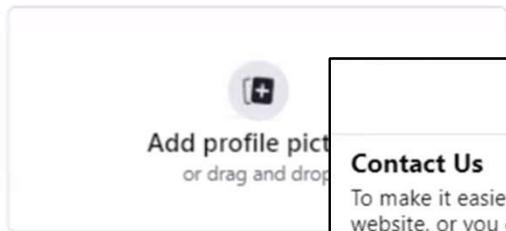
The image shows a Facebook page preview for the "Men's Intergroup of Overeaters Anonymous". The cover photo features a man in profile looking into a refrigerator, with the text "ONE IS NOT" overlaid. The profile picture is a blue circle with a white "M". The page name is "Men's Intergroup of Overeaters Anonymous" with "0 likes • 0 followers" below it. Navigation tabs include "Posts", "About", "Mentions", "Reviews", "Followers", "Photos", and "More". Action buttons for "Promote", "Manage", and "Edit" are visible.

Edita y personaliza tu página e invita a tus amigos

Step 2 of 5

Customize your Page

Your profile picture is one of the first things people see. Try using your logo or an image people can easily associate with you.



Add Action Button

Action Button

Contact Us
To make it easier for people to take action, they can go to your website, or you can add the contact form here.

- Add contact form
- Add website link

Edit Action Button

Contact Us
To make it easier for people to take certain actions, choose a website to open when they tap or click your button.

Add website link
<https://www.oamen.org/contact/>

Step 4 of 5

Build your Page audience

Grow Men's Intergroup of Overeaters Anonymous by inviting your friends to connect with it.



Invite friends

Manage Page

M Men's Intergroup of Overeaters Anonymous

- Professional dashboard
- Insights
- Ad Center
- Create ads
- Settings**

How healthy is your Page?

Complete these actions to keep improving Men's Intergroup of Overeaters Anonymous.

Page health: good

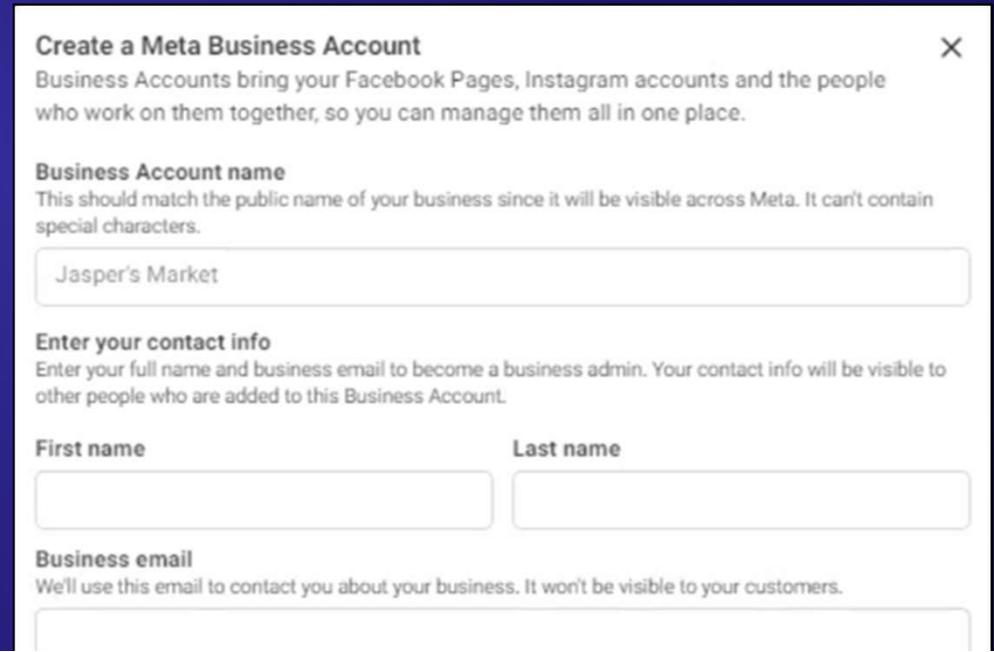
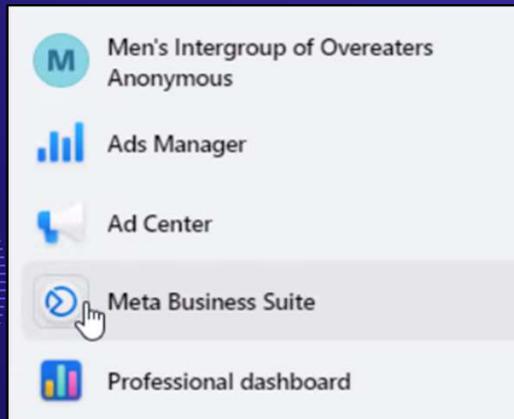
Compared to similar Pages with high engagement.

- Write a welcome post
- Link your WhatsApp account
- Invite friends to like your Page

Crear una cuenta de empresa

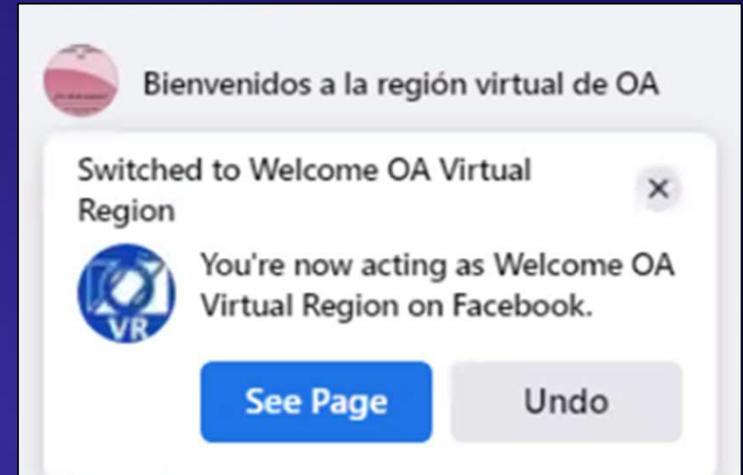
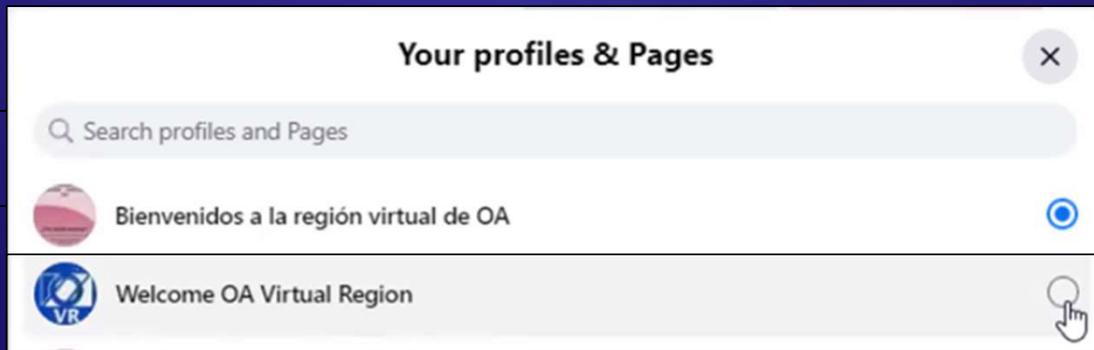
Utilizar una tarjeta de débito o tarjeta de crédito, cuenta corriente o PayPal.

También puede utilizarse una cuenta personal.



A screenshot of a form titled 'Create a Meta Business Account'. The form includes a close button (X) in the top right corner. Below the title is a descriptive paragraph: 'Business Accounts bring your Facebook Pages, Instagram accounts and the people who work on them together, so you can manage them all in one place.' The form has three main sections: 1. 'Business Account name' with a text input field containing 'Jasper's Market'. 2. 'Enter your contact info' with sub-fields for 'First name' and 'Last name'. 3. 'Business email' with a text input field. The form is partially filled out.

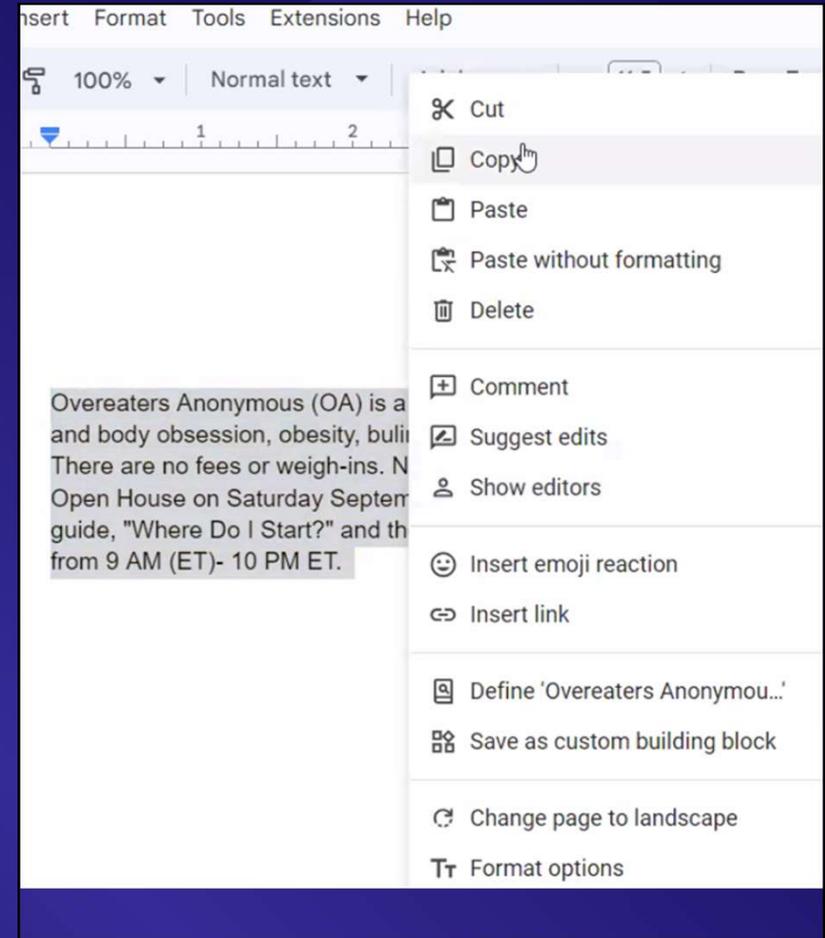
Cambiar a la página de grupo



Crear un post

Escriba el texto y prepare el gráfico.

- Pedir a los miembros que proporcionen gráficos originales - obtener autorizaciones creativas para su uso.
- Pida permiso a otros organismos de servicios de la OA.
- Suscríbase a un servicio de imágenes de archivo: algunos ofrecen descuentos a organizaciones sin ánimo de lucro.
- Evite utilizar imágenes "gratuitas" de Internet.

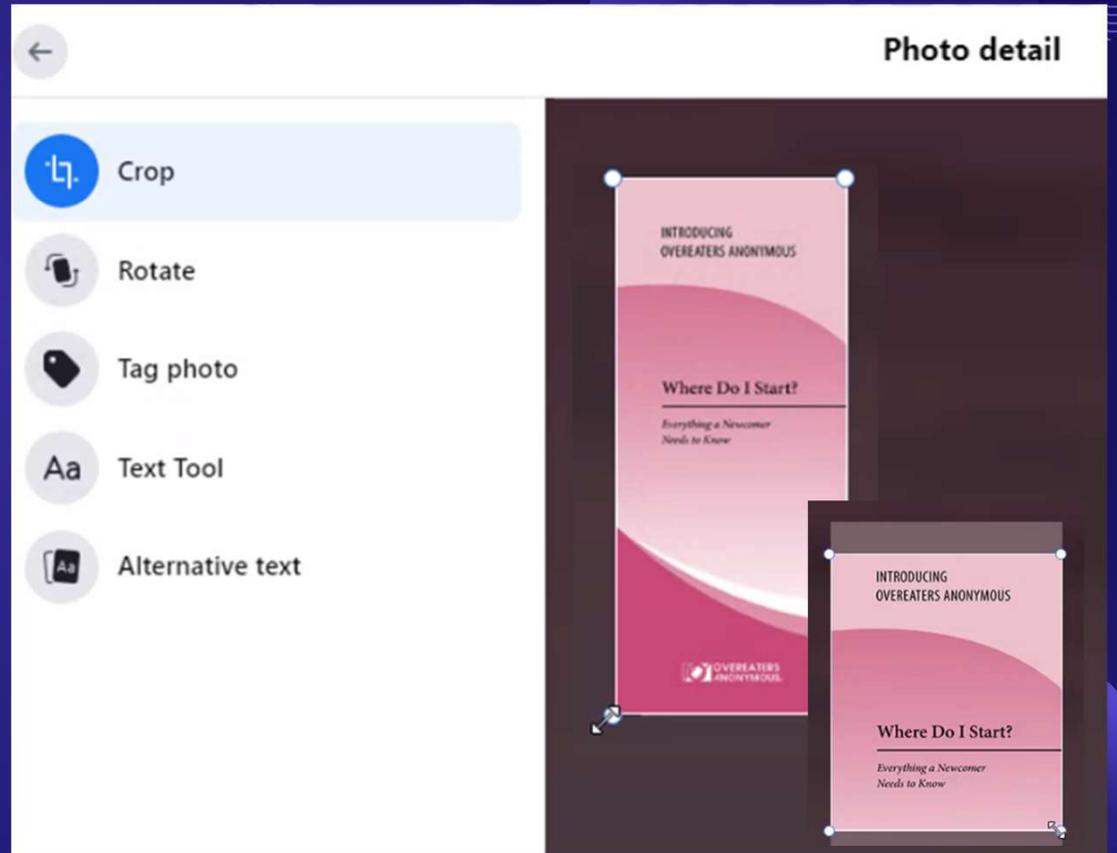
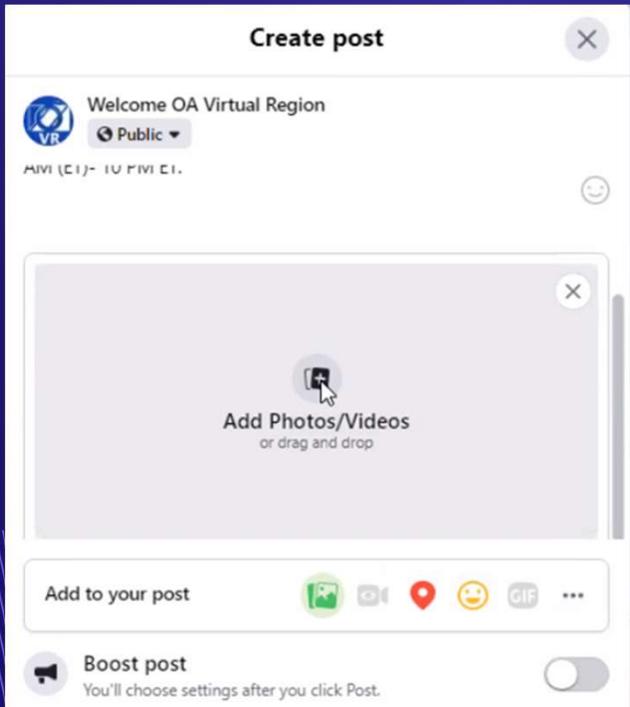


Añadir texto y gráficos

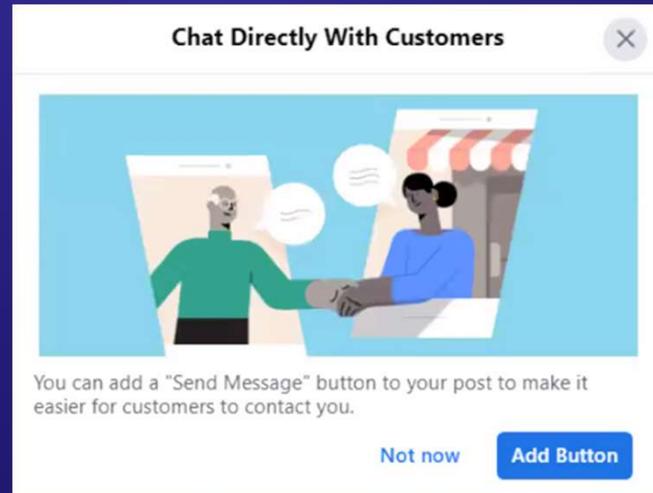
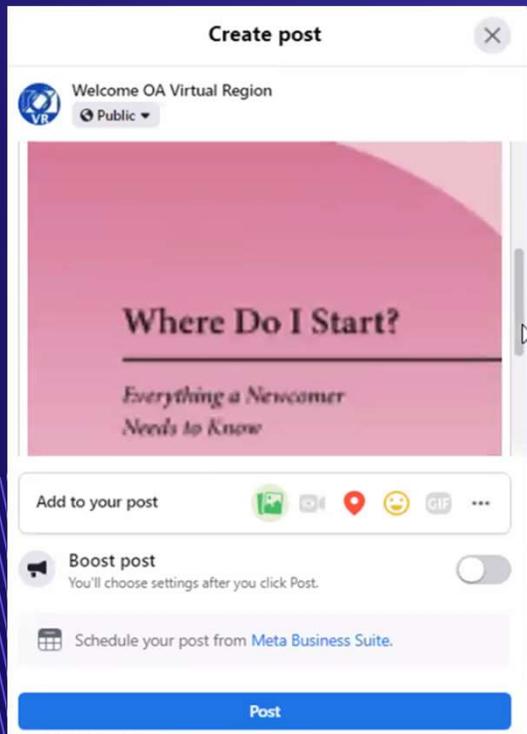
The screenshot shows the Facebook profile page for 'Welcome OA Virtual Region'. At the top, there is a banner with the word 'ENOUGH' in large, bold, white letters on a black background. Below the banner is the profile picture, a blue circle with a white 'VR' logo and a camera icon. To the right of the profile picture, the name 'Welcome OA Virtual Region' is displayed, along with '1.4K likes · 1.5K followers' and a row of profile pictures of other users. Below the profile information, there are navigation tabs for 'Posts', 'About', 'Mentions', 'Reviews', 'Followers', 'Photos', and 'More'. The 'Intro' section is visible, containing the text: 'OA members have issues such as obesity food obsession , anorexia, bulimia, binge eating disorder, res'. At the bottom of the profile, there is an 'Edit bio' button. To the right of the profile, there is a 'What's on your mind?' text box with a 'VR' profile picture, and below it, buttons for 'Live video' and 'Photo/video'.

The screenshot shows the Facebook 'Create post' interface. At the top, there is a 'Create post' header with a close button (X) on the right. Below the header, the profile picture and name 'Welcome OA Virtual Region' are shown, along with a 'Public' privacy setting. The main text area contains the following text: 'Overeaters Anonymous (OA) is a community in which thousands have recovered from food and body obsession, obesity, bulimia, anorexia, restriction and compulsive eating behaviors. There are no fees or weigh-ins. Newcomers are enthusiastically invited to join our Virtual Open House on Saturday September 9, 2023. Message us today for a free copy of the OA guide, "Where Do I Start?" and the open house zoom link. Meetings will be held every hour from 9 AM (ET)- 10 PM ET.' Below the text, there is a row of icons for adding content: 'Add to your post', photo, video, location, emoji, GIF, and a three-dot menu. Below this row, there is a 'Boost post' section with a toggle switch and the text 'You'll choose settings after you click Post.' Below the boost section, there is a 'Schedule your post from Meta Business Suite.' option. At the bottom, there is a large blue 'Post' button.

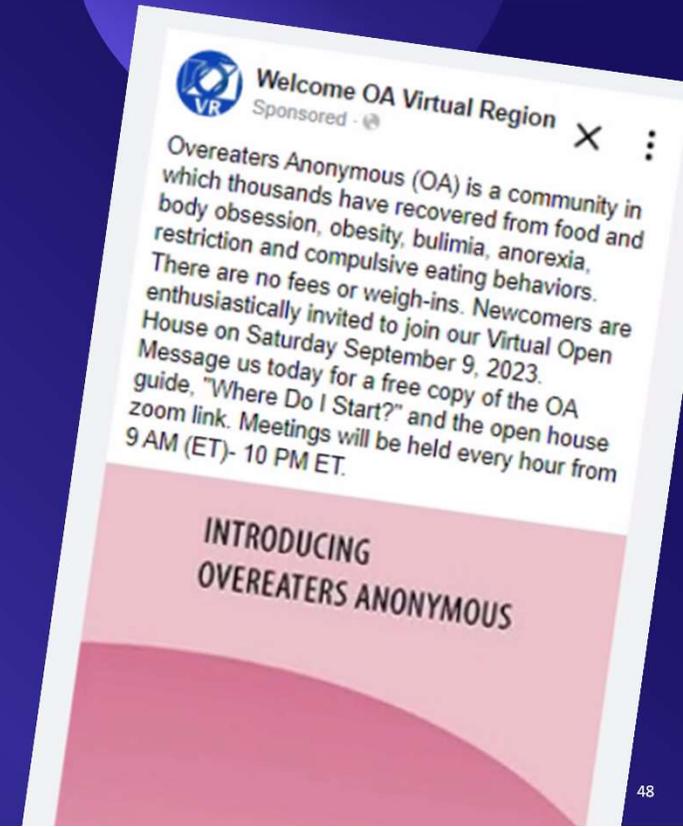
Gráfico de cultivos



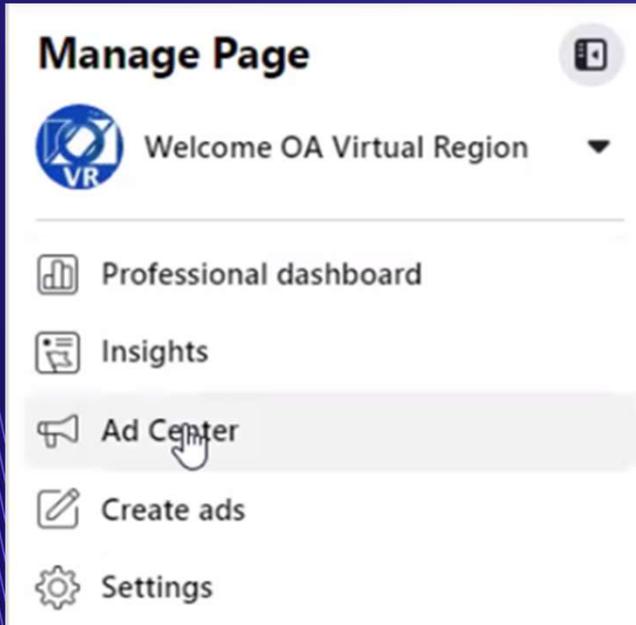
Botón Publicar y Añadir en la mayoría de los anuncios



“Learn More” or “Message”



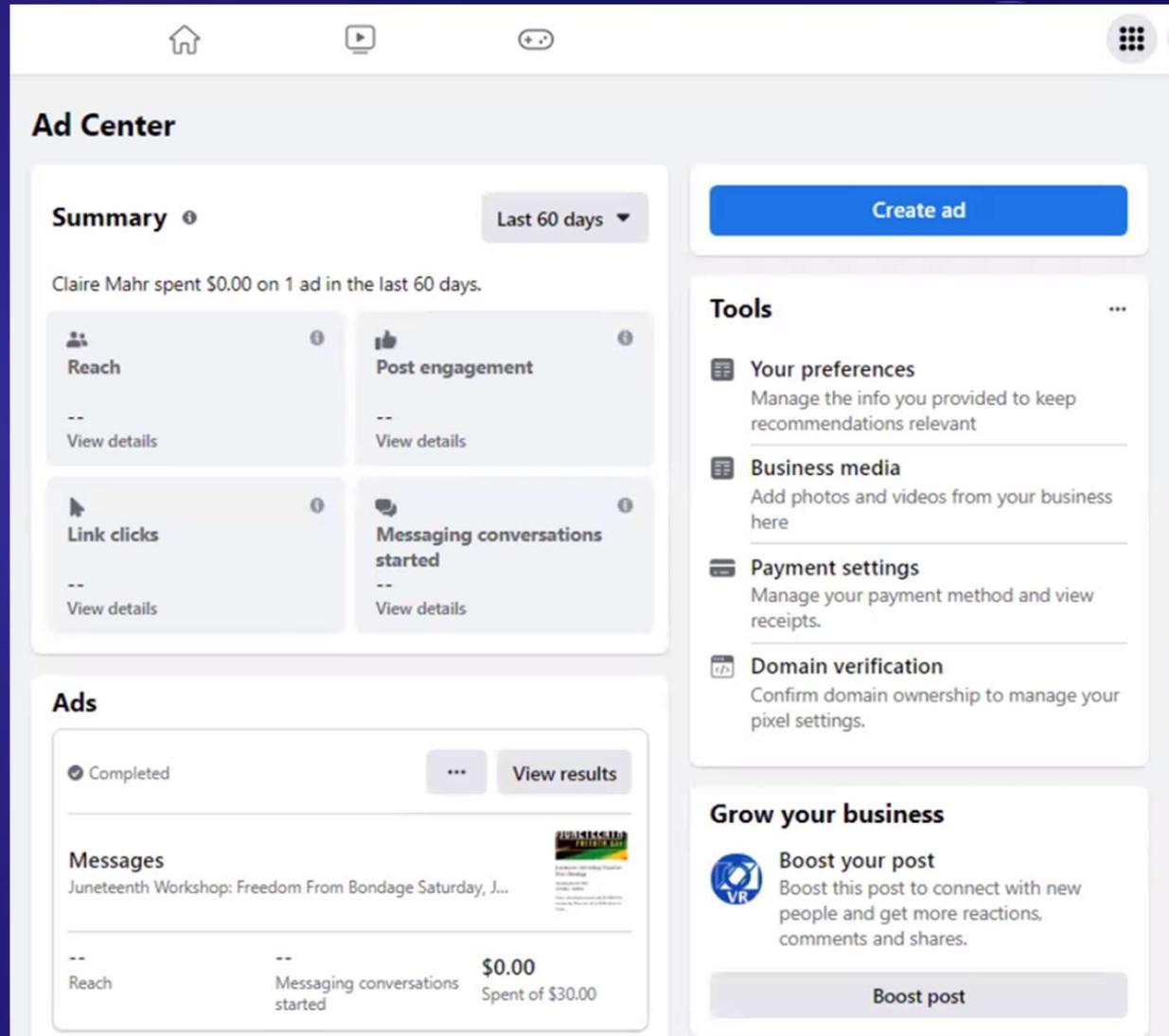
Ir al Centro de anuncios



Manage Page

Welcome OA Virtual Region

- Professional dashboard
- Insights
- Ad Center**
- Create ads
- Settings



Ad Center

Summary Last 60 days

Claire Mahr spent \$0.00 on 1 ad in the last 60 days.

Reach -- View details	Post engagement -- View details
Link clicks -- View details	Messaging conversations started -- View details

Ads

Completed View results

Messages
Juneteenth Workshop: Freedom From Bondage Saturday, J...

Reach	Messaging conversations started	\$0.00 Spent of \$30.00
-------	---------------------------------	----------------------------

Tools

- Your preferences**
Manage the info you provided to keep recommendations relevant
- Business media**
Add photos and videos from your business here
- Payment settings**
Manage your payment method and view receipts.
- Domain verification**
Confirm domain ownership to manage your pixel settings.

Grow your business

- Boost your post**
Boost this post to connect with new people and get more reactions, comments and shares.

Boost post

Elija el tipo de anuncio

Choose ad type



Get started with Automated Ads ⓘ

Get personalized ads that adjust over time to help you get better results.



Create new ad

Make an ad using text, photos or videos to promote your business



Boost a post

Get more people to see and engage with your Page posts



Boost an Instagram post

Get more people to see and engage with posts from your linked Instagram account

Seleccionar puesto

Select a post to boost



Recent posts

Published on Aug 23

by Claire Mahr

Boost post

Overeaters Anonymous (OA) is a community in which thousands have recovered from food and body obsession, obesity, bulimia, anorexia, restriction and compulsive eating behaviors. There are no fees or weigh-ins. Newcomers are enthusiastically invited to join our Virtual Open House on Saturday September 9, 2023. Message us today for a free copy of the OA guide, "Where Do I Start?" and the open house zoom link. Meetings will be held every hour from 9 AM (ET) - 10 PM (ET).



Boost post

Goal

What results would you like from this ad?



Automatic

Let Facebook select the most relevant goal based on your settings.

Change

Cambiar Objetivo

➤ **Obtener más mensajes**

➤ **Conseguir más**

➤ **compromiso**

➤ **Obtenga más clientes
potenciales**

➤ **Obtenga más**

➤ **visitantes**

Goal

What results would you like from this ad?

- Automatic**
Let Facebook select the most relevant goal based on your settings.
- Get more messages**
Show your ad to people who are likely to send you a message on Facebook, WhatsApp, or Instagram.
- Get more engagement**
Show your ad to people who are likely to react, comment and share.
- Get more leads**
Use a form to collect contact information from potential customers.
- Get more website visitors**
Show your ad to people who are likely to click on a URL in it.
- Get more calls**
Show your ad to people who are likely to call your business.

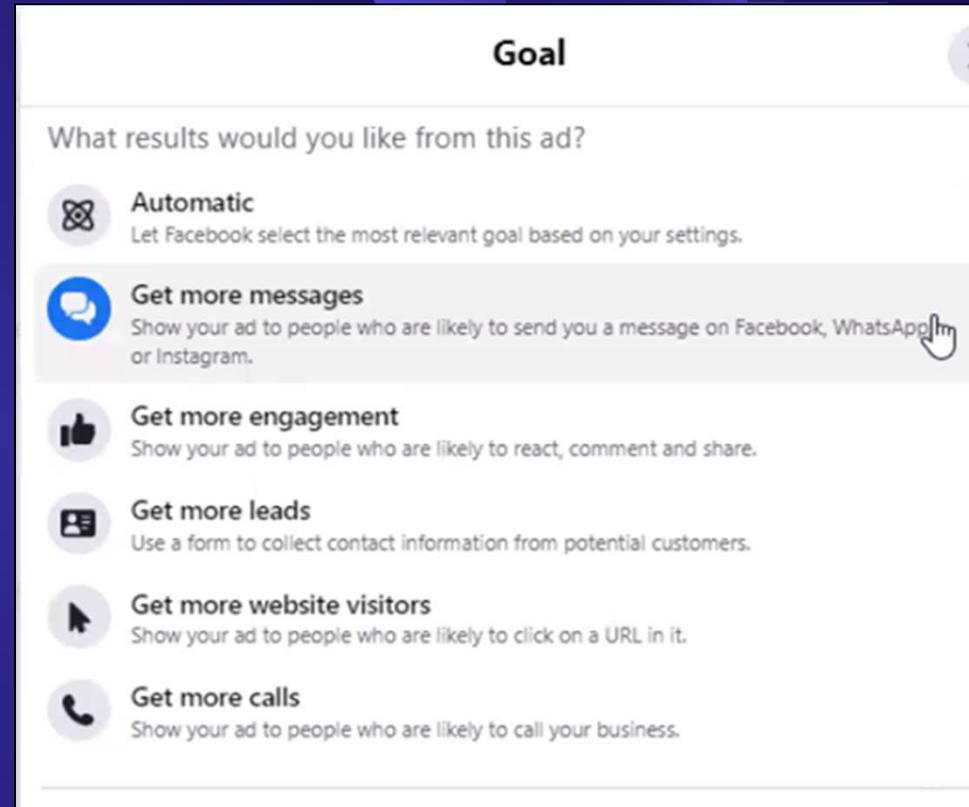
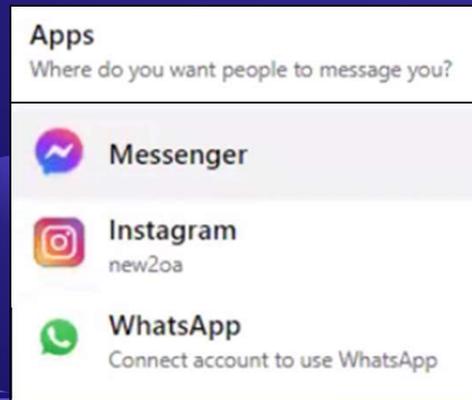
[Cancel](#) [Save](#)

Obtener más mensajes

Esto requiere que los compañeros de servicio respondan a los anuncios. Puede utilizarse una respuesta automatizada, pero es mejor con un miembro es mejor.

Funciona mejor con mujeres mayores de 35-40, dependiendo de su área.

Conéctate a
Facebook
Messenger.



Editar mensajes

Personalice el mensaje de bienvenida y añada las preguntas más frecuentes.

Messaging

Message template
How do you want to welcome people who tap on your ad?

Greeting
Hi Welcome! Please let us know how we can help you.

Questions

1. How do I get the zoom link for the newcomer open house?
2. Do I only get to attend newcomer meetings, and can I come at different times?
3. What if I do not use zoom?

Automated responses: Off ⓘ

Greeting
Welcome people to the conversation after they tap on your ad.

Greeting text
Hi **Welcome** × ! Please let us know how we can help you.
63 / 300 characters

Frequently asked questions
Suggest questions for people to ask. Then set up automated answers to questions.

Question 1

Question
How do I get the zoom link for the newcomer open house?

Answer • Optional
Here is where you put the answer. |
34 / 300 characters

Question 2

Question
Do I only get to attend newcomer meetings, and can I come at

Conseguir más compromiso

Este anuncio debe utilizarse con una declaración como...

"Gracias por gustarte nuestra página. Apreciamos el apoyo de nuestras comunidades, profesionales y familias. Que te guste esta página no indica que alguien sea miembro de OA"

Efectivo cuando va acompañado de un evento. Puede utilizarse en la UE y para jóvenes y hombres. Un anuncio similar puede utilizarse en Instagram.

Goal

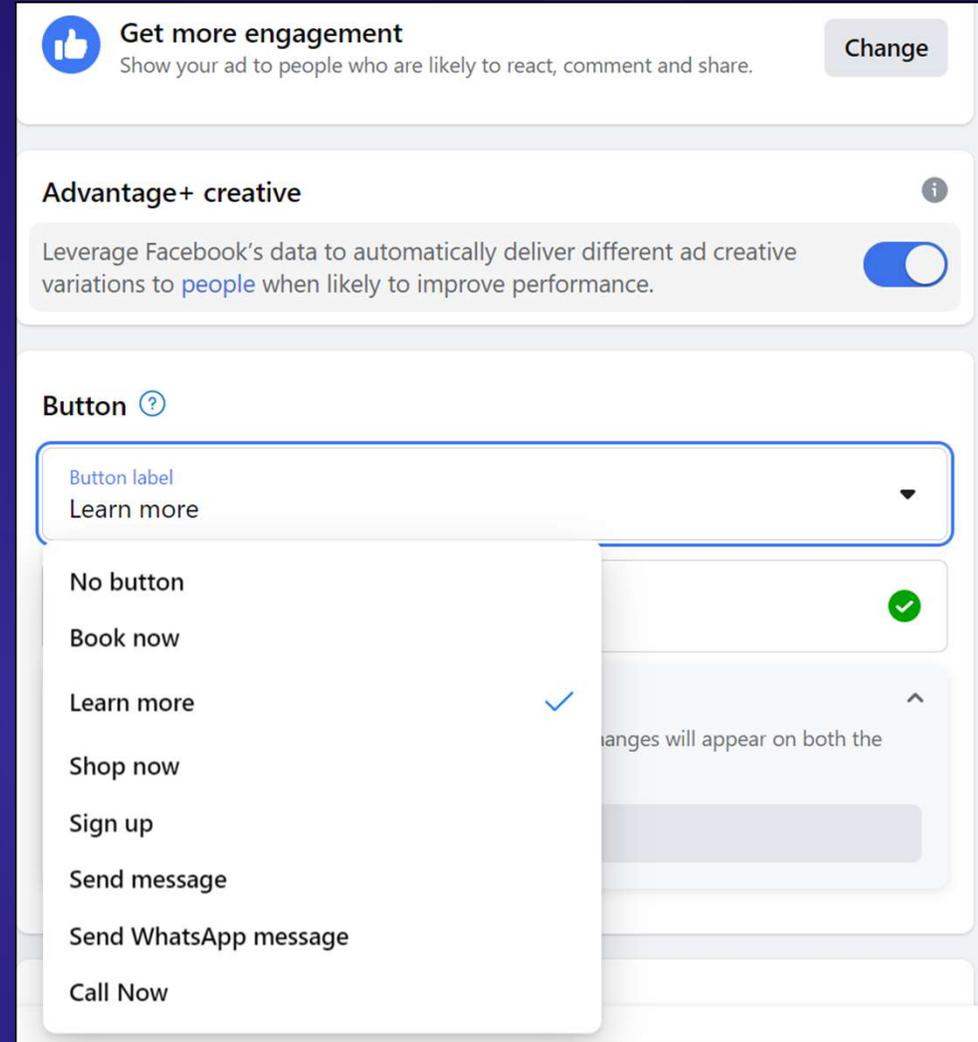
What results would you like from this ad?

- Automatic**
Let Facebook select the most relevant goal based on your settings.
- Get more messages**
Show your ad to people who are likely to send you a message on Facebook, WhatsApp, or Instagram.
- Get more engagement**
Show your ad to people who are likely to react, comment and share.
- Get more leads**
Use a form to collect contact information from potential customers.
- Get more website visitors**
Show your ad to people who are likely to click on a URL in it.
- Get more calls**
Show your ad to people who are likely to call your business.

[Cancel](#) [Save](#)

Añadir un botón

Un botón de llamada a la acción anima a los usuarios a realizar una acción directamente desde su anuncio. El botón puede enlazar a su sitio web o a una conversación en Messenger.



The screenshot displays the Facebook ad settings interface. At the top, there is a section titled "Get more engagement" with a thumbs-up icon and the text "Show your ad to people who are likely to react, comment and share." A "Change" button is located to the right. Below this is the "Advantage+ creative" section, which includes a toggle switch for "Leverage Facebook's data to automatically deliver different ad creative variations to people when likely to improve performance." The "Button" section is highlighted with a blue border and contains a dropdown menu for "Button label" currently set to "Learn more". A list of button options is shown below the dropdown, with "Learn more" selected and marked with a blue checkmark. Other options include "No button", "Book now", "Shop now", "Sign up", "Send message", "Send WhatsApp message", and "Call Now".

Get more engagement
Show your ad to people who are likely to react, comment and share. [Change](#)

Advantage+ creative [i](#)
Leverage Facebook's data to automatically deliver different ad creative variations to people when likely to improve performance.

Button [?](#)

Button label
Learn more

- No button
- Book now
- Learn more
- Shop now
- Sign up
- Send message
- Send WhatsApp message
- Call Now

Obtenga más clientes potenciales

Los Lead Ads piden el nombre, número de teléfono o correo electrónico.

Requiere un equipo de servicio seguimiento de cada pista y puede ser para un intergrupo geográfico.

Facebook tiene políticas de privacidad de privacidad. Asegúrese de que su equipo de servicio las revise. Visite preparado para enlazar con la política de privacidad de su propio organismo de servicios.

Goal

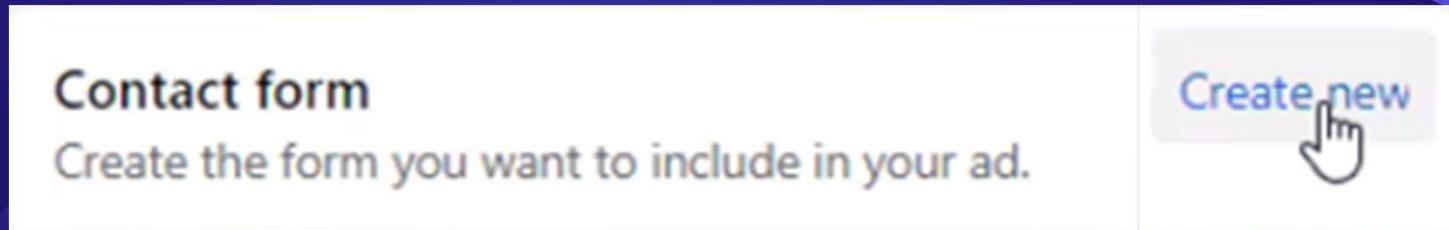
What results would you like from this ad?

- Automatic**
Let Facebook select the most relevant goal based on your settings.
- Get more messages**
Show your ad to people who are likely to send you a message on Facebook, WhatsApp, or Instagram.
- Get more engagement**
Show your ad to people who are likely to react, comment and share.
- Get more leads**
Use a form to collect contact information from potential customers.
- Get more website visitors**
Show your ad to people who are likely to click on a URL in it.
- Get more calls**
Show your ad to people who are likely to call your business.

[Cancel](#) [Save](#)

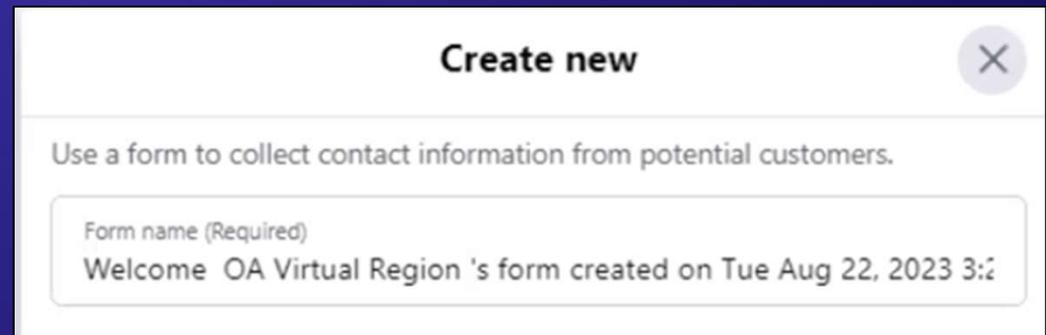
Crear formulario de contacto

Lee y comprende las condiciones y la política de privacidad de Facebook. Debes tener una política de privacidad para publicar anuncios de clientes potenciales.



Contact form
Create the form you want to include in your ad.

[Create new](#)



Create new ×

Use a form to collect contact information from potential customers.

Form name (Required)
Welcome OA Virtual Region 's form created on Tue Aug 22, 2023 3:2

Personalizar campos y Preguntas

Form language
English (US) ▼

Add a privacy policy (optional)

Link text
Privacy Policy ✓

Link URL
oavirtualregion.org ✓

Button ⓘ

Button label
Sign up

Learn more

Sign up ✓

Customize form text (optional)

Contact info
What information would you like to ask for?

Full name

Phone number

Email

Company name

See Less ^

Short answer question
Request additional information with custom short answer form questions.

Question
What is the best day and time to call you? 

Question
Can we leave a message? 

Question
Would you prefer to text? 

Add question +

Vista previa del formulario

This screenshot shows the first step of a four-step form titled "Custom Questions". At the top, there is a video player showing a man in a white lab coat looking into a refrigerator. Below the video is a white card with the VR logo and the text "Welcome OA Virtual Region". The main content area contains two questions, each with a text input field: "What is the best day and time to call you?" and "Can we leave a message?". A blue "Next" button is positioned at the bottom of the form. The footer shows "Custom Questions" and "1 of 4" with navigation arrows.

This screenshot shows the second step of the form titled "Prefill information". It features the same video player at the top. Below it is a white card with the heading "Contact information" and a sub-heading "Sign up by providing your info below.". There are two input fields: "Full name" and "Phone number", each with a "Enter your answer." placeholder. A blue "Next" button is at the bottom. The footer shows "Prefill information" and "2 of 4" with navigation arrows.

This screenshot shows the third step of the form titled "Message for leads". It features the same video player at the top. Below it is a white card with the heading "Thanks, you're all set." and the text "Your info has been sent to Welcome OA Virtual Region. Tap below to visit Welcome OA Virtual Region.". A blue "View Website" button is at the bottom of the card. The footer shows "Message for leads" and "4 of 4" with navigation arrows. A "Back" button and a blue "Save" button are located at the bottom right of the screen.

Obtenga más visitas a su sitio web

Este anuncio puede utilizarse para generar tráfico a un sitio o a una página de destino específica.

Es más eficaz cuando los miembros supervisan Facebook Messenger u otra tecnología. Utilícelo para eventos dedicados a los recién llegados convenciones, maratones o jornadas o jornadas de puertas abiertas. Viable para llegar a hombres, intergrupos en la UE, y durante actos en directo.

Goal

What results would you like from this ad?

- Automatic**
Let Facebook select the most relevant goal based on your settings.
- Get more messages**
Show your ad to people who are likely to send you a message on Facebook, WhatsApp, or Instagram.
- Get more engagement**
Show your ad to people who are likely to react, comment and share.
- Get more leads**
Use a form to collect contact information from potential customers.
- Get more website visitors**
Show your ad to people who are likely to click on a URL in it.
- Get more calls**
Show your ad to people who are likely to call your business.

[Cancel](#) [Save](#)

Botón Más información

Los clics en
enlaces miden
interés.

Ad creative Use a post
How do you want your ad to look?

Description

Recorded at the OA San Diego Intergroup Within Committee's Workshop: Lighten Up! Let Go! Laugh! on July 23, 2024.
<https://sites.libsyn.com/470871/workshop-lighten-up-let-go-laugh> 😊

Media 1/5 · Select multiple images or videos to create a carousel. Select media



Edit options

Headline

Inspiring Podcasts 18/25

Ad preview See all previews

 **OA San Diego** Sponsored · × ⋮

Recorded at the OA San Diego Intergroup Within Committee's Workshop: Lighten Up! Let Go! Laugh! on July 23, 2024.
<https://sites.libsyn.com/470871/workshop-lighten-up-let-go-laugh>



oasandiego.org
Inspiring Podcasts Learn more

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

Estimated daily results

Editar Audiencia

Audiencia ?

Who should see your ad?

Advantage audience

This audience is based on your Page details and will automatically adjust over time to reach more people who have interests related to your business.

People you choose through targeting

Audience details

Location - living in: United States: Detroit (+)
Age: 30 - 65+
People who match: Interests: Health & well-being, Happiness, Self-confidence, Well-being or P

Edit audience

Select the location of people you want to reach with your ad.

Gender

All Men Women

Age

32 ————— 65+

When using audience targeting such as gender or interests, you can only target people over 18. [Learn more](#)

Locations

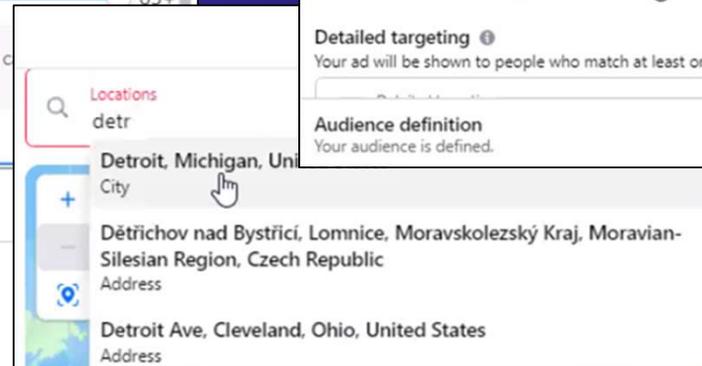
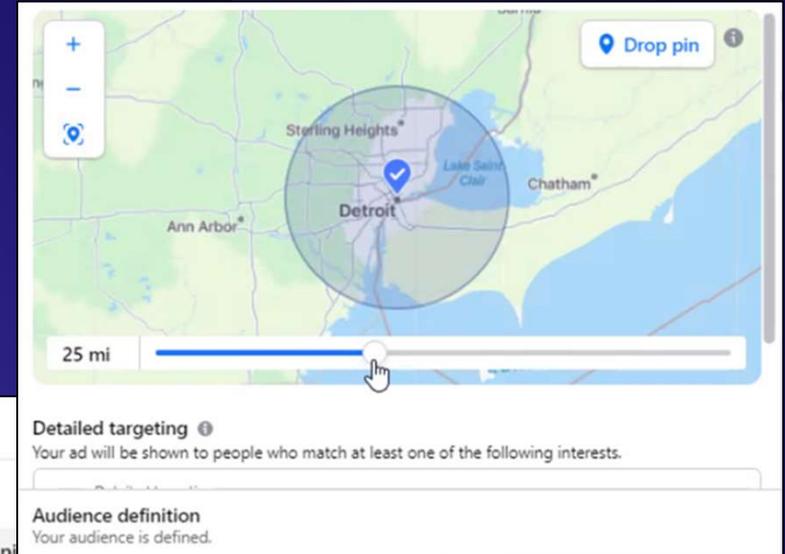
Locations
Type to add more locations

United States

United States + 25 mi

Canada

Canada + 25 mi



Sexo, franja de edad, zona geográfica

Selección detallada

Audience ⓘ

Who should see your ad?

Advantage audience
This audience is based on your Page details and will automatically add interests related to your business.

People you choose through targeting ⓘ

Audience details ⓘ

Location - living in: United States: Detroit (+10 mi) Michigan
Age: 30 - 65+
People who match: Interests: Health & wellness, Healthy diet, Physical exercise, Health care, Fast food, AA, Happiness, Self-confidence, Well-being or Personal development, Job title: Addictions Counselor

Detailed targeting

Search: Detailed targeting
diet

Diet

- Healthy diet (personal care) Interests
- Paleolithic diet (diets) Interests

Detailed targeting

Physical exercise (fitness) × Health care (health & medical) ×

AA (website) × Clean and Sober (movie) ×

Fast food (food & drink) ×

Demographics

Diet ×

For advanced targeting features, go to [Ads Manager](#).

Demographics **Interests** Behaviors

Reach specific audiences by looking at their interests, activities, the Pages they have liked and closely related topics.

Business and industry ▾

Entertainment (leisure) ▾

Family and relationships ▾

Fitness and wellness (fitness) ▾

Food and drink (consumables) ▴

Demografía, intereses y comportamientos

Definición de la audiencia

Audience definition
Your audience is defined.



Specific Broad

Estimated audience size: 375.5K - 441.8K ⓘ

Estimated daily results	
Accounts Center accounts reached ⓘ	816 - 2.4K
Post Engagement ⓘ	135 - 391
<hr/>	
Payment summary	
Your ad will run for 5 days.	
Total budget	\$60.00 USD
Total amount	\$60.00 USD

Duration ⓘ

Days 5 End date Aug 27, 2023

Total budget ⓘ

Estimated 521 - 1.5K Accounts Center accounts reached per day

\$ 60.00 ✎

\$1.00  \$1,000.00

💡 Similar businesses typically spend \$60.00 and are able to get 170 replies. ⓘ

Ajustar la duración y el presupuesto

people similar to them

Create new

End date
Aug 27, 2023

7.2K Accounts Center accounts reached per day

\$ 300.00

Estimated daily results

Accounts Center accounts reached ⓘ	2.5K - 7.2K
Replies ⓘ	2 - 11

Payment summary
Your ad will run for 5 days.

Total budget	\$300.00 USD
Total amount	\$300.00 USD

We use data about you and your ad account to assess eligibility for and to provide you with more ads billing and spending options. [Learn more](#)

8.4K Accounts Center accounts reached per day

\$ 150.00

Estimated daily results

Accounts Center accounts reached ⓘ	2.9K - 8.4K
Post Engagement ⓘ	401 - 1.2K

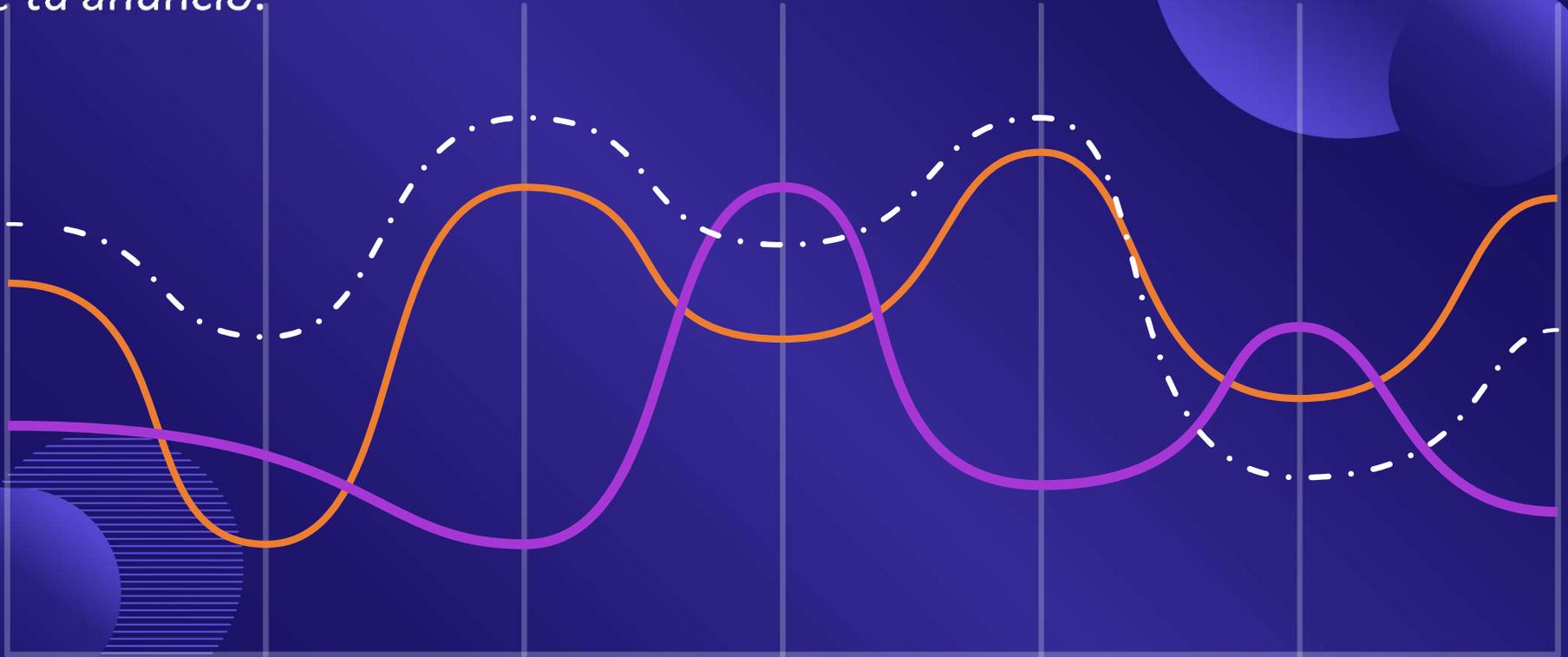
Payment summary
Your ad will run for 5 days.

Total budget	\$150.00 USD
Total amount	\$150.00 USD

We use data about you and your ad account to assess eligibility for and to provide you with more ads billing and spending options. [Learn more](#)

Evaluar los resultados

Facebook proporciona muchas estadísticas para evaluar el éxito de tu anuncio.



Métricas

Syndesis/Anonymous Hyperphages Grupo de enlace (Intergrupo griego)

Jornada de puertas abiertas para recién llegados

View results

Performance

\$239.99 spent over 4 days.

Page Likes

1,619

Reach

71,856

Cost per Page Likes

\$0.15

Activity

Post engagement

2477

Link clicks

1776

Page Likes or followers

1619

Post reactions

583

Audience

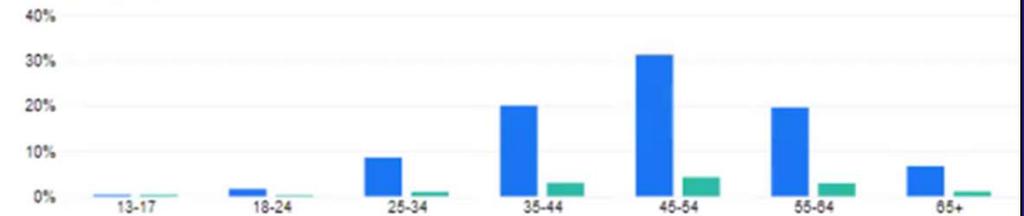
This ad reached 71,856 people in your audience.

People

Placements

Locations

87.6% Women 12.4% Men



Συνεδόριο Εικονικής Περιφέρειας των ΑΥ στις 3, 4 και 5 Μαρτίου 2023.
Συμμετέχετε μαζί μας στο Κέντρο Υποδοχής για ερωτήσεις
Πέμπτη, 2 Μαρτίου, 6.00-7.00 μ.μ. //
Παρασκευή, 3 Μαρτίου 4.00-5.00 μ.μ. //
Σάββατο, 4 Μαρτίου 8.30 – 9.30 μ.μ. // Κυριακή,
5 Μαρτίου 2.00 – 3.00 μ.μ.
Zoom ID 82376699051
Passcode 852741
Ελάτε μαζί μας στις συναντήσεις
αίτητων Νεοφερμένων, την
Παρασκευή 3 Μαρτίου 5.00 – 6.00 μ.μ. και το
Σάββατο 4 Μαρτίου 3.00 – 4.00 μ.μ.
στην πλατφόρμα Zoom
Zoom ID 82376699051
Passcode 852741

ΑΝΩΝΥΜΟΥΣ ΥΠΕΡΦΑΓΟΥΣ

Από πού ξεκινάω;

*Όλα όσα χρειάζεσαι να ζήσεις
ο Νεοφερμένος*

Ανώνυμοι Υπερφάγοι ομάδα
Σύνδεσης
Health & wellness website

Métricas

Jóvenes

Intergrupo virtual

Conocer y saludar



Get More Website Visitors

Ad preview

Welcome OA Virtual Region × ⋮
Sponsored ·

Overeaters Anonymous is a fellowship where thousands have found freedom from food and body obsession, obesity, bulimia, ...See more

OA Meet & Greet Learn more OA Meet & Greet

Comment Share

See All Previews

Results From This Ad ¹

The ad preview shows a sponsored post from 'Welcome OA Virtual Region'. The main image is a dark graphic with white text that reads 'Meet & Greet' in a large, cursive font. Below this, it says 'Get the 101 on OA. Recovery from unhealthy eating/food behaviors, and obsession with body image/weight, and a FREE COPY of OA Where do I start? Guide'. The event details are listed as 'SATURDAY, JUNE 3 2PM - 6PM EST NEWCOMER'S EVENT Thrive Recovery Center'. There are two buttons: 'Learn more' and 'OA Meet & Greet'. At the bottom, there are 'Comment' and 'Share' options, and a 'See All Previews' button.

Results

Overeaters Anonymous is a fellowship where thousands have found freedom from food and body obsession, obesity, bulimia, anorexia, restriction, binge eating, and other compulsive eating behaviors. There are no dues, fees, or diets. Young People (18-35+) are invited to join us for an hybrid meet and greet. This Saturday, June 3, 2-7PM ET (UTC-4). Location Thrive Recovery Center 1025 Old Country Road, Westbury, New York (use Bond St Entrance) or Zoom Meeting ID: 813 2949 0352 | Password 121212 Get a free copy of the "OA Where Do I Start Guide" Learn more at oavirtual.org

Performance ¹
\$471.59 spent over 5 days.

Link clicks	People Reached
1,168	96,625
	CPC (cost per link click) \$0.40

The results page shows the performance of the ad. The main text is a truncated version of the ad's description. Below it, the 'Performance' section indicates that \$471.59 was spent over 5 days. A table provides key metrics: 1,168 link clicks and 96,625 people reached. The cost per link click (CPC) is \$0.40.

Métricas

Región virtual

Jornada de puertas abiertas para recién llegados



Get more messages

Welcome OA Virtual Region Sponsored ·

OA members have issues such as obesity, food obsession , anorexia, bulimia, binge eating disorder, restricting and body image obsession . Together we recover. Saturday May 6 Newcomer Virtual (zoom) Open House from 7:00 AM ET- 10:00 PM ET. Make sure to get a link to ou... See more

INTRODUCING
OVEREATERS ANONYMOUS

Where Do I Start?

Everything a Newcomer Needs to Know

OPENS IN MESSENGER
Newcomer Open House [Send message](#)

[Share](#)

Results

Performance ⓘ
\$337.00 spent over **4** days.

Messaging conversations started	People Reached
98	6,420
	Cost per messaging conversations started
	\$3.44

Thu, May 4: **29**

The graph shows a peak on May 4 with 29 conversions, followed by a sharp decline to 0 conversions by May 7. The y-axis ranges from 0 to 35.

Date	Value
May 4	29
May 5	~30
May 6	~30
May 7	0
May 8	0

Activity

Some of the actions people took involving your ad.

Post reactions	65
Post comments	26
Post shares	15
Page Likes or followers	1

Métricas

Intergrupo Virtual La
Brigade du Rétablissement

Jornada de puertas abiertas
para recién llegados



Ad results

Ad preview

 **Welcome OA Virtual Region** Sponsored · 

Overeaters Anonymous est une communauté où des milliers de personnes se sont libérées de l'obsession alimentaire, de l'obésité, de la boulimie, de l'anorexie et de l'obsession corporelle. Il n'y a pas de cotisations, de frais ou de régimes. ... See more

OUTREMANGEURS ANONYMES

Où est-ce que je commence ?

Tout ce qu'un nouveau venu doit savoir

Save Changes

By tapping Save Changes you agree to [Meta's Terms and Conditions](#).

Results

Performance ⓘ

\$190.83 spent over **4** days.

Link clicks	People Reached
607	38,600
	CPC (cost per link click)
	\$0.31

Thu, Sep 29: **28**



Activity

Some of the actions people took involving your ad.

👍 Post reactions	6
👉 Other Clicks	1222

Audience

This ad reached **38600** people in your audience.

Métricas

Valor para cambiar
Intergrupo virtual

Convención Región 2

Ads summary ⓘ

You spent **\$402.92** on **9** ads in the last **60** days.

Reach ⓘ	Post engagement ⓘ	Messaging conversation s started ⓘ
115.6K	4.4K	1.1K
↑ 40.7%	↑ 100%	↑ 254.3%

Ad results

Bienvenidos a la región virtual de OA
Sponsored · 🌐

Comedores Compulsivos Anónimos (OA) es una comunidad en la que miles de hombres y mujeres se han recuperado de la obsesión por la comida, la obesidad, la bulimia, la anorexia, la restricción y la obsesión por la imagen corporal. No hay cuotas, ni honorari... See more

PRESENTAMOS A COMEDORES COMPULSIVOS (OA)

¿Por dónde empezar?

Todo lo que el recién llegado necesita saber

Save Changes

By tapping Save Changes you agree to [Meta's Terms and Conditions](#).

Results

gratuita.

¡Los invitamos a esta experiencia maravillosa.!

También nosotros les proporcionaremos una copia electrónica del folleto: **POR DONDE EMPEZAR, PREGUNTAS Y RESPUESTAS.**

Porfavor envíanos un mensaje

Performance ⓘ
\$271.87 spent over **3** days.

Messaging conversations started	People Reached
526	86,657
	Cost per messaging conversations started
	\$0.52

Wed, Jul 5: **6**

258

129

El Doctor Bob dice:

Dedico mucho tiempo a transmitir lo que aprendí a otras personas que lo quieren y necesitan con urgencia. Lo hago por cuatro razones:

1. Sentido del deber.
2. Es un placer.
3. Porque al hacerlo pago mi deuda con el hombre que se tomó el tiempo de transmitírmelo.
4. Porque cada vez que lo hago me aseguro un poco más contra un posible resbalón.

Reimpreso de *Alcohólicos Anónimos*, “Dr. La pesadilla de Bob”, segundo Edición (1955), págs. 180-181, con autorización de A.A. Servicios Mundiales, Inc.

**Gracias
por llevar el
mensaje!**