

Flex
And
COMUNICAÇÃO

LIVE APRECE -
COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL E
MARKETING POLÍTICO
EM ANO ELEITORAL

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E MARKETING POLÍTICO EM ANO ELEITORAL



Diagnóstico

Entrevista Diamante com o candidato;

Contexto político, demográfico e social da região;

Arquétipo cultural regional;

Mensagem alvo para o contexto do eleitorado;

Análise dos canais e comunicação do candidato;

Análise dos canais e comunicação dos adversários.



Matriz SWOT – Fraquezas e Forças

Quem é o candidato ou a candidata?

O que o candidato tem a oferecer?

Como você pensa?

Como você é percebido?

Porque deve ser eleito / reeleito?



Comunicação

Quais são os seus canais de comunicação?

Os canais estão adequados aos objetivos da comunicação?

Quais os pontos de atenção relacionados aos canais?

O que o eleitor encontra quando pesquisa por ele ou temas dele?

Qual a composição de seu conteúdo?

A linha narrativa atual está em concordância com o desafio e o arquétipo do eleitor?

Quais as oportunidades de comunicação temos neste cenário atual?

Como está a comunicação do candidato perante seus adversários?

Qual o tamanho do meu público e mailing?



Eleitores

Quem são os eleitores?

Qual a expectativa das pessoas?

Qual momento de vida eles estão atravessando?

Por onde consomem conteúdo?

Qual a percepção eles tem do candidato?

Candidato (a) reúne todas as condições para ser reeleito?



Cenário

Qual o cenário político em 2024?

Como se deram as últimas eleições?

Quais são os potenciais adversários e como eles se apresentam?

Qual será o possível/provável arco de acordo, que partidos vão apoiar a sua eleição /reeleição?



Cenário

Qual o cenário político em 2024?

Como se deram as últimas eleições?

Quais são os potenciais adversários e como eles se apresentam?

Qual será o possível/provável arco de acordo, que partidos vão apoiar a sua reeleição?



Composição- Checklist do Diagnóstico

Pesquisa digital sobre o pré-candidato (preliminar)
Entrevista em profundidade
Levantamento de pautas e termos relacionados
Estudo de "encontrabilidade" do pré-candidato (SEO)
Estudo de "encontrabilidade" dos temas abordados
Estudo de canais e conteúdos próprios
Estudo de canais e conteúdos (adversários)
Estudo de públicos relevantes e canais
Mapeamento de canais e influenciadores relevantes
Realização de pesquisa de públicos por impulsionamento
Realização de pesquisa qualitativa
Elaboração de diagnóstico completo



PRÉ CAMPANHA

PERÍODO DESTINADO A **CRIAR EMPATIA** POR MEIO DE CONTEÚDOS EMOCIONAIS, QUE ALINHAM OS PRÉ CANDIDATOS COM REGIÕES, PAUTAS OU IDEOLOGIA.



A IMPORTÂNCIA DA PRÉ CAMPANHA PARA A CAMPANHA

A PRIMEIRA SEMANA DO PERÍODO ELEITORAL PODE SER UTILIZADA PARA O RESGATE DOS MELHORES MOMENTOS DA PRÉ CAMPANHA.

EXEMPLOS:

TESTEMUNHAIS QUE CONTEM A HISTÓRIA E OS VALORES MORAIS;

FOTOS DOS MOMENTOS MARCANTES DA PRÉ CAMPANHA;

VÍDEO COM RESGATE DE IMAGENS COM JINGLE DE LANÇAMENTO;

TRECHOS EMOCIONANTES DO DISCURSO DA CONVENÇÃO;

CARROSSÉIS FIXADOS “QUEM SOU” E “O QUE PENSO”.



CAMPANHA - Planejamento Macro de Conteúdo

Semanas 1 e 2 – Apresentação do Candidato

Semanas 3 a 6 - Apresentação de Propostas

Semana 7 – Mobilização para o voto

Dia D – Hora de vencer



VENCE QUEM ESTÁ MAIS PREPARADO

CAPACITAÇÕES:

CURSO DE MARKETING POLÍTICO E COMUNICAÇÃO ELEITORAL NA FACULDADE CDL – ADRIANA SABOYA - CURSO PRESENCIAL;

IMERSÃO ELEIÇÕES – MARCELO VITORINO – BRASÍLIA (13 A 16 DE JUNHO)
PRESENCIAL E ONLINE.



MONTE TIMES VENCEDORES

NÃO EXISTE CAMPANHA CARA.

CARO É PERDER CAMPANHA.

INVISTA EM SUAS EQUIPES DE COMUNICAÇÃO.

BOA SORTE E MUITO OBRIGADO.

Flex
And
COMUNICAÇÃO