

ANTES DE COMEÇAR UMA CAMPANHA



NOSSO PAPEL

SOMOS COMO UM TIPO DE ANJO DA GUARDA DO ELEITOR - NÃO É DIZER O QUE ELE DEVE OU NÃO FAZER/PENSAR, É APENAS INFLUENCIÁ-LO.

COMO O MARKETING/ COMUNICAÇÃO SE DIVIDE:

- TV
- RÁDIO
- INTERNET
- IMPRESSO
- IMPRENSA
- MOBILIZAÇÃO



A CAMPANHA PRECISA CONTAR UMA BOA HISTÓRIA, CONTENDO INÍCIO, MEIO E FIM, COM DESENVOLVIMENTO DO PERSONAGEM PRINCIPAL.

CONFIGURAÇÃO DE STORYTELLING (JORNADA DO HERÓI):

ATO 1
SETUP (QUEM É, APRESENTAÇÃO DOS PERSONAGENS)

ATO 2
CONFRONTO (DESAFIOS, APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA)

ATO 3
RESOLUÇÃO (PROBLEMA RESOLVIDO, QUEM ELE SE TORNOU APÓS SUPERAR OS DESAFIOS)

! A NARRATIVA AS VEZES FOGE DO CONTROLE.

COMO CAMPANHAS SÃO ORGANIZADAS:



- AGENDA;
- RELAÇÃO COM CANDIDATOS;
- GESTÃO DE LIFERANÇAS;
- GESTÃO DE MATERIAIS DE CAMPANHA;
- GESTÃO DE MILITANTES PAGO/MOBILIZAÇÃO.

■ → CANDIDATO, COORDENADORES, AGENTES POLÍTICOS, JURÍDICO.



- TELEVISÃO;
- RÁDIO;
- IMPRESSO;
- INTERNET;
- MOBILIZAÇÃO DIGITAL;
- IMPRENSA.



- PESSOAS E CONTRATOS;
- FINANCEIRO E CONTÁBIL;
- JURÍDICO;
- LOGÍSTICA.



- 1 COORDENADOR EXPERIENTE