



# DICAS FINAIS

# DICAS FINAIS

## PESQUISA



**#1**

Misture o que você tem a falar com que as pessoas buscam na internet, não apenas o seu discurso.

# DICAS FINAIS

## PESQUISA



**#2**

Dedicar tempo nessa etapa poupará horas de sono, correria durante a campanha e relações de trabalho

# DICAS FINAIS

## PESQUISA



**#3**

Para a entrevista com o candidato leve um termo de confidencialidade e faça sem a presença de outras pessoas

# DICAS FINAIS

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



### #1

A quantidade de ações bem executadas depende da quantidade de investimento. Com pouco recurso, abra mão de ações ao invés de abrir mão da qualidade.

# DICAS FINAIS

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



**#2**

Ideias geniais costumam não ser exequíveis dentro do prazo e das condições da campanha. Com isso, não produzem resultados práticos.

# DICAS FINAIS

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



### #3

O desempenho da equipe e da estratégia depende da documentação e conhecimento do planejamento. Cabe lembrar que o candidato não é um especialista em comunicação e também precisa ser envolvido.

# DICAS FINAIS

## PREPARAÇÃO



### #1

É possível produzir 90% de todo o conteúdo de uma campanha antes mesmo do início do período eleitoral, o que libera a equipe para ações de mobilização e engajamento.



# DICAS FINAIS

## PREPARAÇÃO



### #2

Ter alguém na equipe com conhecimento profundo e dedicado somente a segmentar e impulsionar conteúdos é uma das melhores vantagens que um candidato pode ter sobre os outros.

# DICAS FINAIS

## PREPARAÇÃO

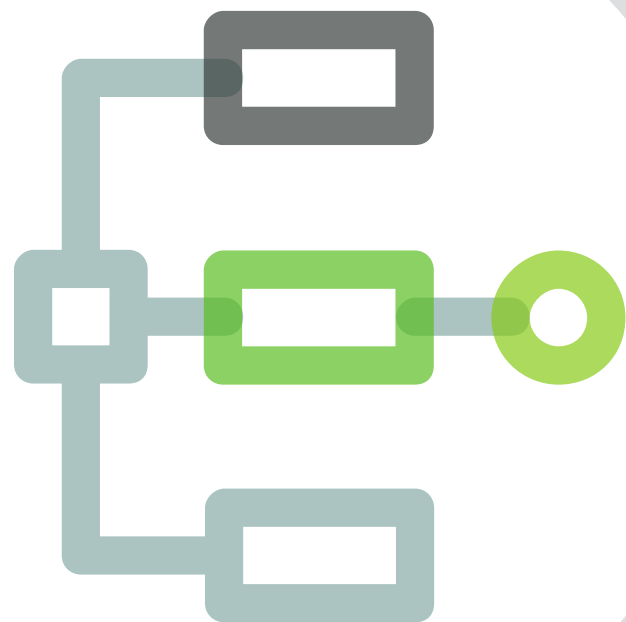


**#3**

Não existe site bom e barato, muito menos, feito rapidamente. É a peça mais importante na comunicação digital, pois ancora todas as ações.

# DICAS FINAIS

## OPERAÇÃO

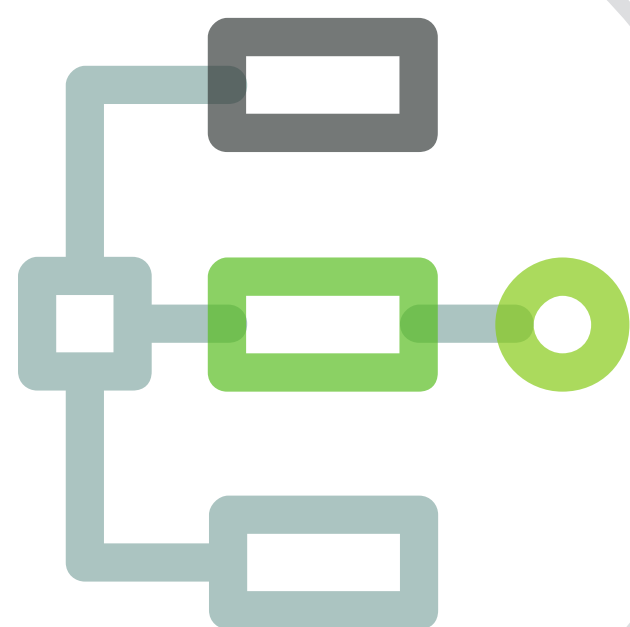


### #1

Não abra mão de fazer relatórios semanais com as atividades, não somente com os resultados. O candidato e seu entorno costumam questionar o que não conhecem.

# DICAS FINAIS

## OPERAÇÃO

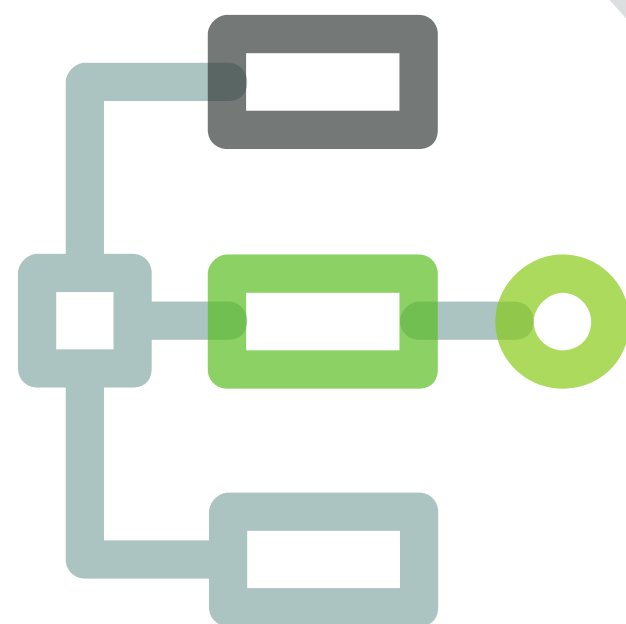


**#2**

Arrecadar recursos requer narrativa, bom conteúdo ideológico e motivacional, meios para entrar em contato com os doadores, e cadastros segmentados.

# DICAS FINAIS

## OPERAÇÃO



### #3

Existem poucos militantes puramente ideológicos. A maior parte precisa ser motivada e observada para que ações sejam realizadas. Cabe usar uma plataforma de mobilização.

# DICAS FINAIS

## ENCERRAMENTO



**#1**

Existem poucos cases de campanhas políticas no Brasil. Documente toda a operação desde o início para que seja mais fácil produzir o seu.

# DICAS FINAIS

## ENCERRAMENTO



**#2**

A campanha não acaba com o resultado eleitoral. Ela termina quando você entrega todos os conteúdos para o candidato. É preciso combinar com a equipe dias fora do contrato por causa da prestação de contas.

# DICAS FINAIS

## ENCERRAMENTO



**#3**

Segundo turno é outra campanha. Volte todas as casas e comece novamente!



DICA BÔNUS

# ESPERE PARA TIRAR FÉRIAS

Campanhas costumam desgastar o organismo e o seu sistema imunológico. Após o término, é muito comum ficar doente. Espere um tempo para tirar férias, caso contrario poderá curti-las no hospital ☹



A man with dark hair and a beard, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt, stands in front of a wooden slatted wall. He is holding a small black object in his hands and appears to be speaking. In the foreground, the backs of several audience members' heads are visible, indicating he is at a presentation or conference.

# OBRIGADO!

[marcelo.vitorino@presencaon-line.com](mailto:marcelo.vitorino@presencaon-line.com)

[marcelovitorino.com.br](http://marcelovitorino.com.br)

[fb.com/vitorino.marcelo](https://fb.com/vitorino.marcelo)

[YouTube.com/marcelovitorino](https://YouTube.com/marcelovitorino)