

DO DIGITAL PARA AS RUAS

**PLANEJAMENTO**

DE CAMPANHA

ELEITORAL 2018



# ESTÁGIOS DA CAMPANHA

## AS ETAPAS

```
graph LR; A[AS ETAPAS] --- B[PESQUISA]; A --- C[PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO]; A --- D[PREPARAÇÃO]; A --- E[OPERAÇÃO]; A --- F[ENCERRAMENTO];
```

PESQUISA

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

PREPARAÇÃO

OPERAÇÃO

ENCERRAMENTO

# #2





# #2



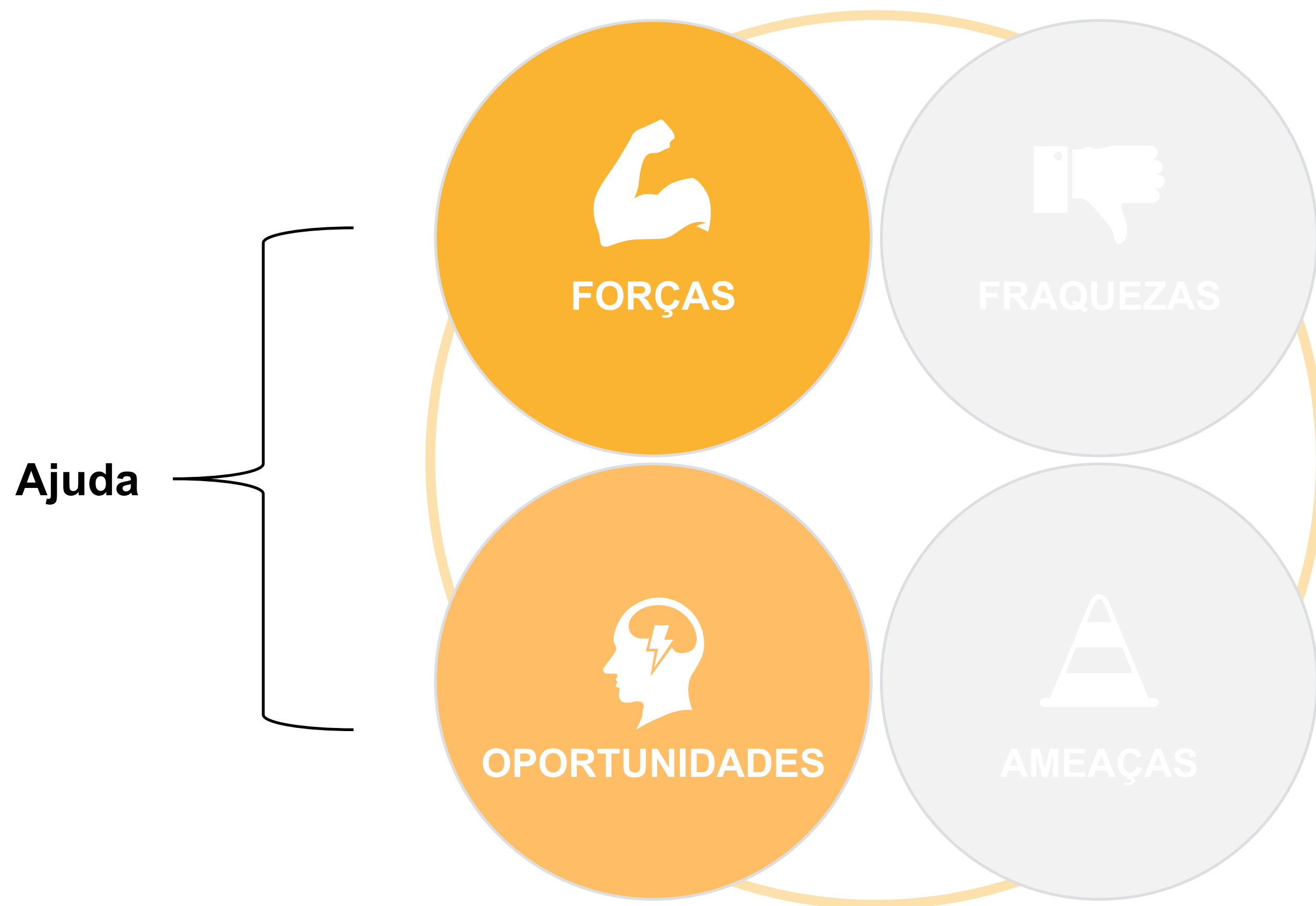
# #2 PLANEJAMENTO

SWOT



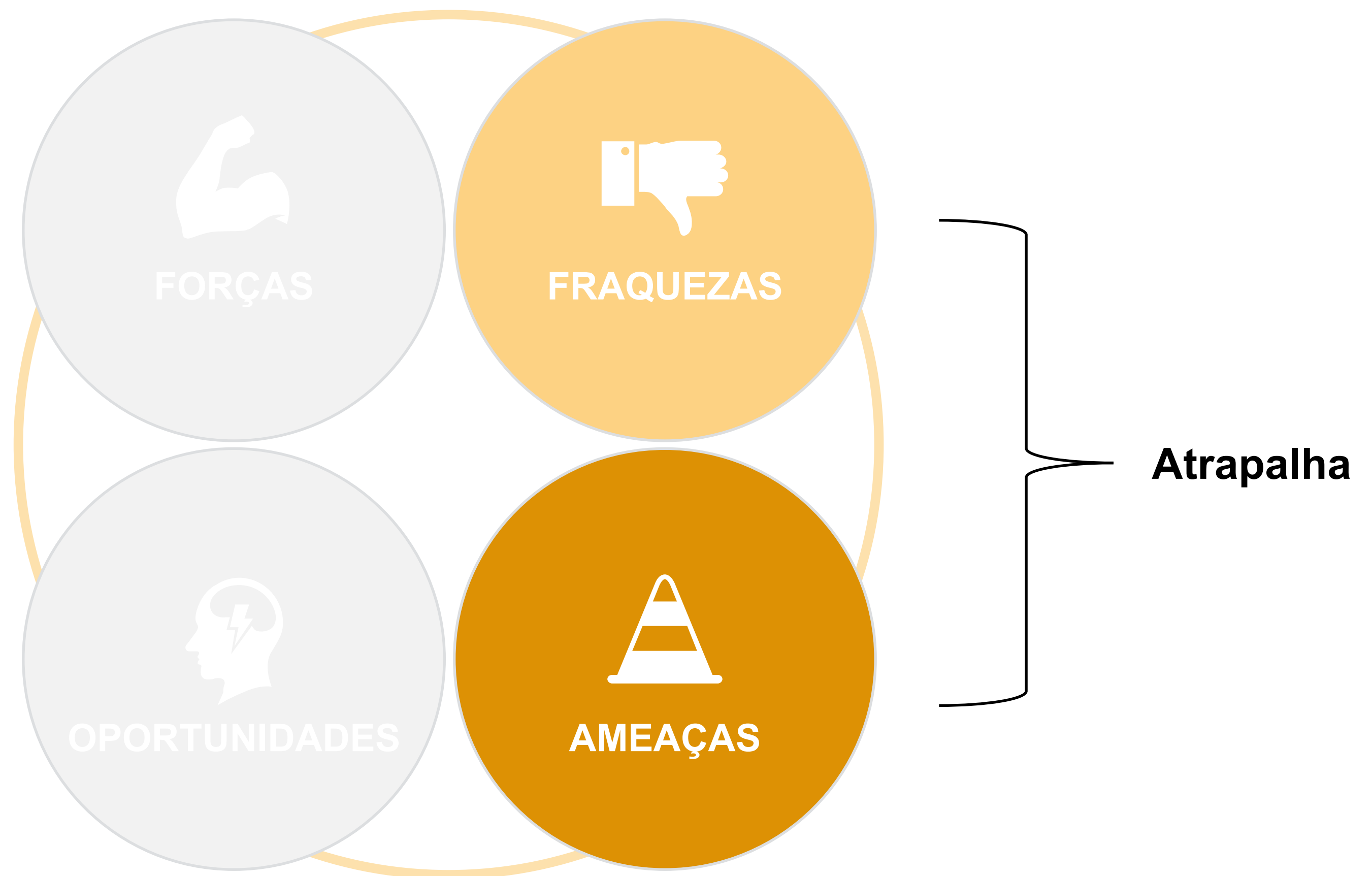
# #2 PLANEJAMENTO

SWOT



# #2 PLANEJAMENTO

SWOT



# #2 PLANEJAMENTO

SWOT



# #2 PLANEJAMENTO

SWOT

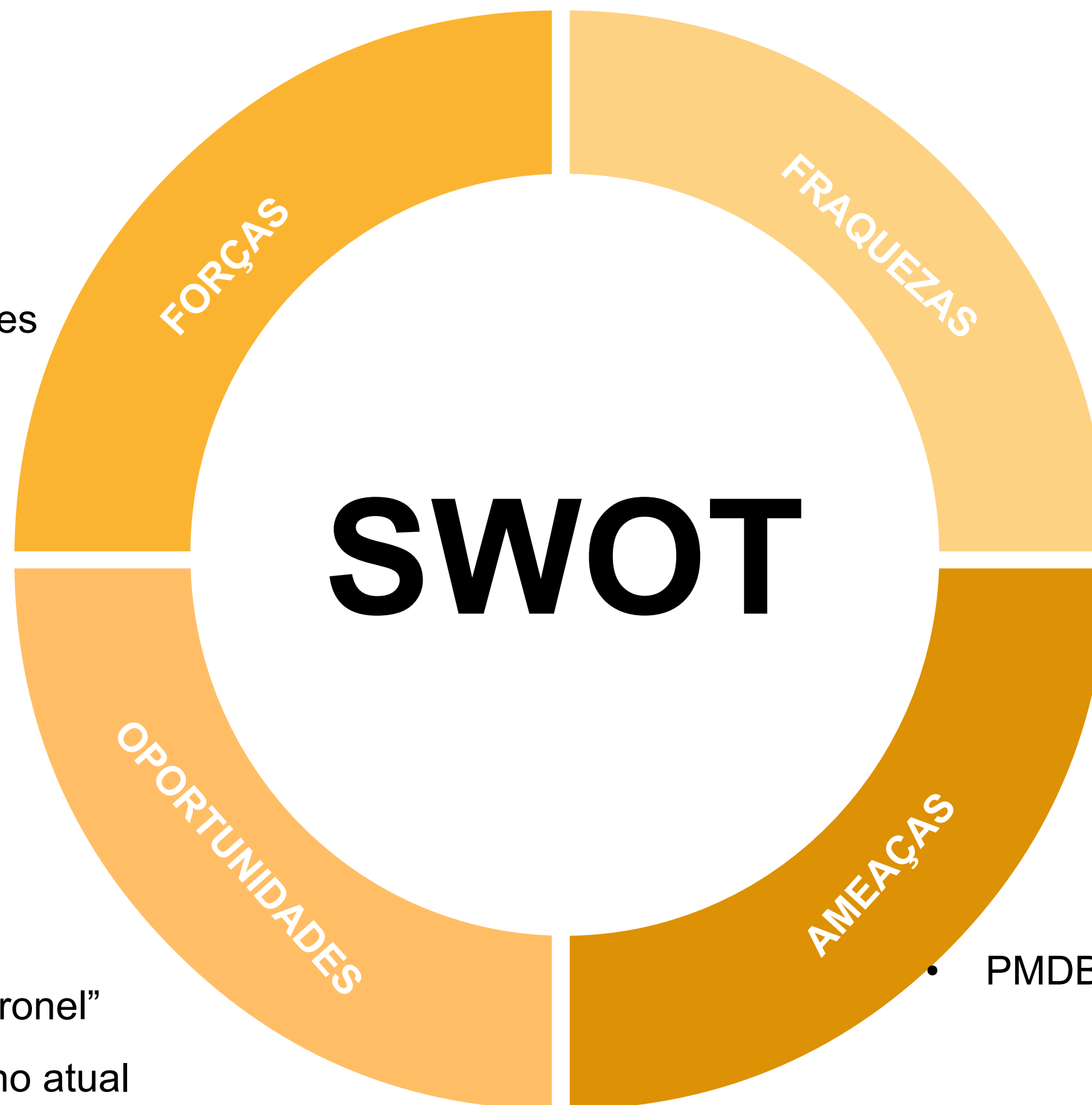


# #2 PLANEJAMENTO

SWOT



- Candidato jovem
- Defensor de desenvolvimento e tecnologia
- Bom histórico como parlamentar
- Conhece o Estado
- Carismático
- Nome com força política
- Forte no interior
- Defendeu pautas populares



- Adversários com perfil “coronel”
- Grande rejeição ao governo atual
- Estado com índices baixos de desenvolvimento
- Apoio de lideranças políticas
- Momento político favorável a candidatos jovens

- Sem experiência em campanha própria para executivo
- Pouca afinidade com vídeo pessoal
- Ligado ao PMDB
- Poucos recursos
- Fraca presença na capital
- Pouco conhecido
- Defendeu pautas impopulares
- Mailing pequeno

- PMDB passa por momento ruim no Brasil
- Disputas internas no partido
- Adversários experientes
- Estado com baixa densidade demográfica
- Mídia parcial e subsidiada
- Partido desorganizado



# #2



# #2 PLANEJAMENTO

PREMISSAS

**PREMISSAS**

Objetivo

Verba

Pleito

Cenário político

Condições da candidatura

Diagnóstico da pesquisa

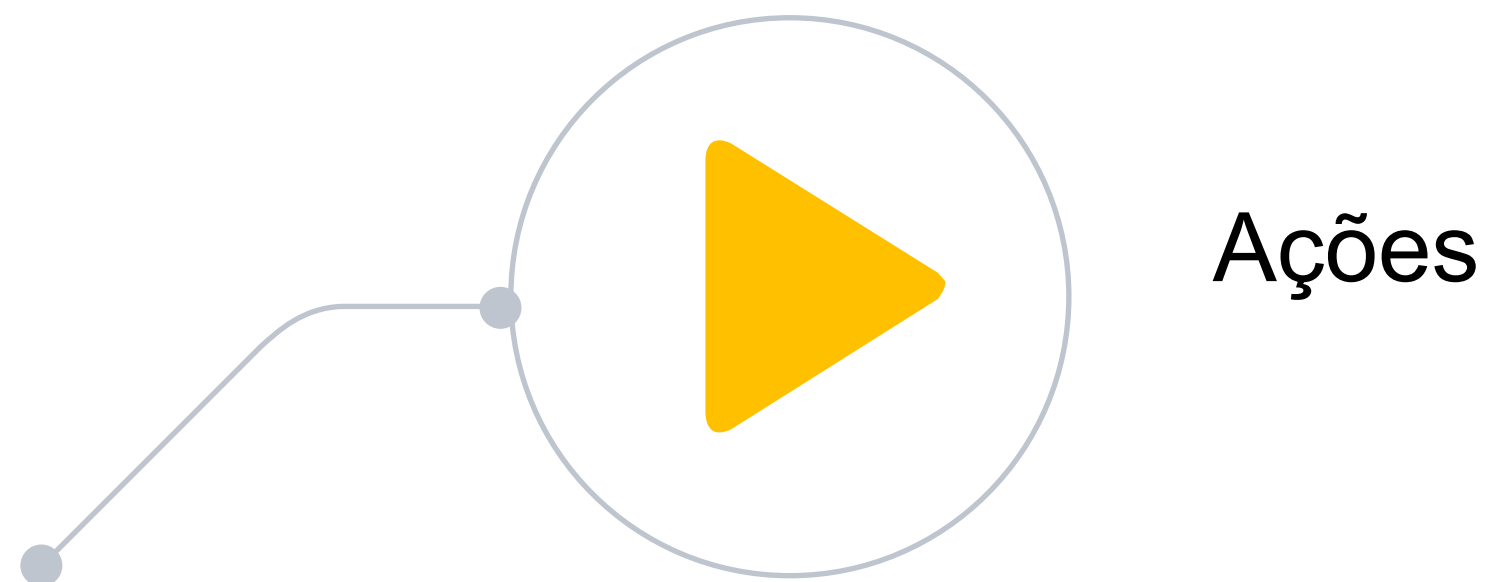


# #2

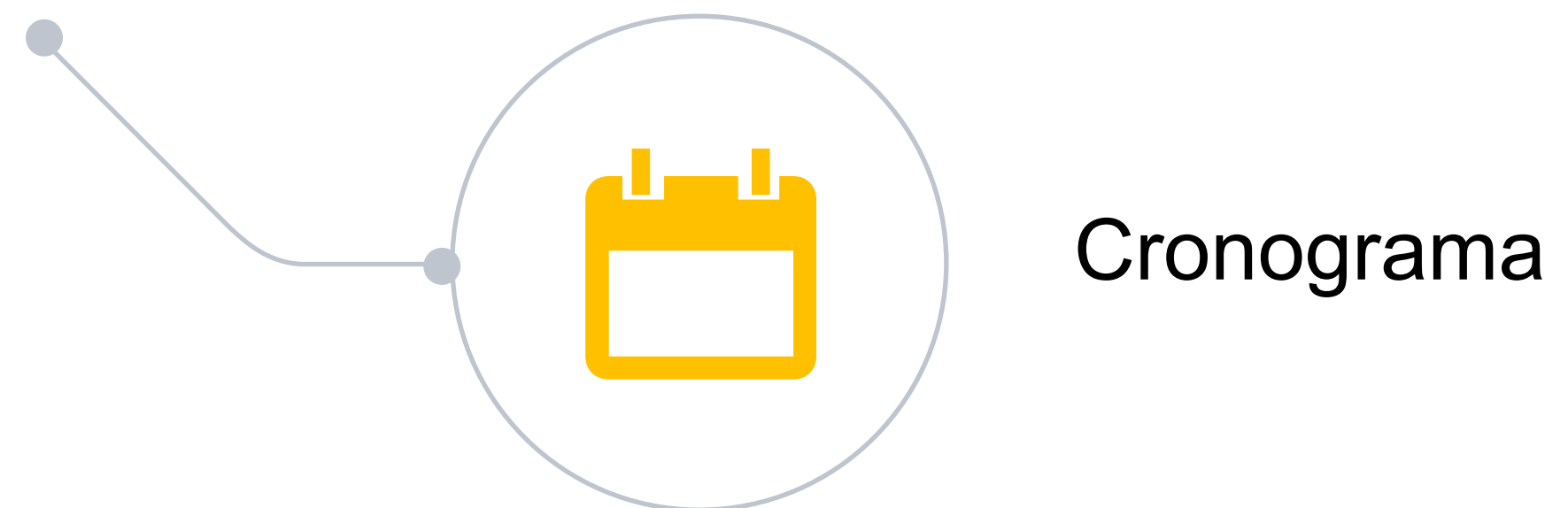


# #2 PLANEJAMENTO

ESTRATÉGIAS



ESTRATÉGIAS



# #2 PLANEJAMENTO

## ESTRATÉGIAS

5W2H



O que?  
Por que?  
Como?  
Quando?  
Onde?  
Quem?  
Quanto?

## PLANO DE AÇÃO

Métricas



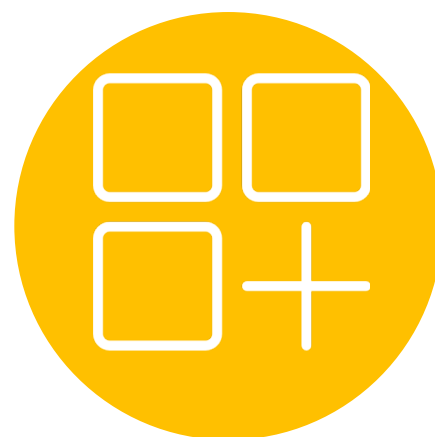
Número de pessoas impactadas  
Número de visitantes recorrentes  
Crescimento orgânico de fãs  
Volume de menções em redes (...)

# #2 PLANEJAMENTO

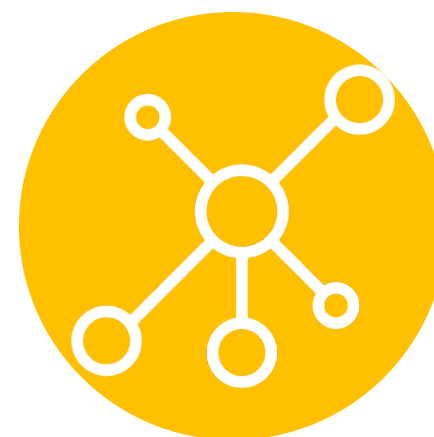
## ESTRATÉGIAS



**CONSTRUIR  
REPUTAÇÃO  
NO GOOGLE**



**FORTALECER  
PRESENÇA EM  
REDES SOCIAIS**



**INSTITUIR  
RELACIONAMENTO  
COM SEGMENTOS**



**GERAR  
MOBILIZAÇÃO DE  
PÚBLICOS ALVO**

## **ESTRATÉGIA #1**

### **CONSTRUIR REPUTAÇÃO NO GOOGLE**

Fazer um site WP

Republicar conteúdo com SEO

Treinar equipe para produção de  
conteúdo web

Produzir conteúdo regular 3 a 5 pautas  
(otimizado para indexação)

Construir do acervo multimídia

Construir do acervo de notícias

Planejar conteúdo semestral

(regional 60%, político 10%, temático 30%)

Publicar releases (DINO/Assessoria de  
imprensa)

## **ESTRATÉGIA #2**

### **FORTALECER PRESENÇA EM REDES SOCIAIS**

Atualizar Facebook diariamente de  
acordo com planejamento de conteúdo  
Estabelecer rotina de gestão de  
respostas

Criar manual da marca (definição de  
logo, fontes, cores, fotos de trabalho)

Fazer rotina de vídeos semanal

Fazer disseminação em grupos de  
interesse

Convidar influenciadores para encontros  
virtuais e presenciais

Treinar equipe para live  
(roteiro, equipamento, mecânica)



### **ESTRATÉGIA #3**

#### **INSTITUIR RELACIONAMENTO COM SEGMENTOS**

Realizar disparos de WhatsApp (listas de transmissão)

Criar landing pages para mobilização (ex.: e-book do Corinthians; construção da nova ponte)

Fazer anúncios segmentados baseados em conteúdo

Criar WhatsApp do mandato

Fazer ações e coleta de assinatura presencial com dados de contato

### **ESTRATÉGIA #4**

#### **GERAR MOBILIZAÇÃO DE PÚBLICOS ALVO**

Criar WhatsApp do mandato (regional, temático, político)

Cadastrar e higienizar base

Estruturar área de cadastramento on-line (site, redes, WhatsApp)

Estruturar rotina de cadastramento digital de captura off-line

Disseminar landing pages temáticas em grupos, e-mail e WhatsApp

Organizar reunião de treinamento de militância

# ESTRUTURAR ROTINA DE CADASTRAMENTO DIGITAL DE CAPTURA off-line

5W2H

## O QUE?

Transformar cadastros preenchidos em papel em mailing digital

## POR QUE?

Para facilitar importação dos dados na ferramenta de disparo de e-mail e também importação dos contatos no WhatsApp

## COMO?

Desenvolver formulário on-line com os mesmos campos do formulário em papel.  
Organizar mutirão de funcionários para digitação dos formulários.

## ONDE?

Escritório político

## QUANDO?

De 10 de janeiro a 10 de março

## QUEM?

Equipe de comunicação digital e funcionários do escritório político

## QUANTO?

Sem custo adicional. Usar ferramenta gratuita de formulários do Google.

# #2 PLANEJAMENTO

ESTRATÉGIAS

**CRONOGRAMA**

Detalhamento até as ações

Diário

Semanal

Mensal

		Janeiro				Fevereiro				Março				Abril				Maio				Junho				Julho				Agosto				Setembro				Outubro			
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40
ESTRATÉGIA #1	AÇÃO 1																																								
	AÇÃO 2																																								
	AÇÃO 3																																								
	AÇÃO 4																																								
	AÇÃO 5																																								
	AÇÃO 6																																								
ESTRATÉGIA #2	AÇÃO 7																																								
	AÇÃO 8																																								
	AÇÃO 9																																								
	AÇÃO 10																																								
	AÇÃO 11																																								
ESTRATÉGIA #3	AÇÃO 12																																								
	AÇÃO 13																																								
	AÇÃO 14																																								
	AÇÃO 15																																								
	AÇÃO 16																																								
ESTRATÉGIA #4	AÇÃO 17																																								
	AÇÃO 18																																								
	AÇÃO 19																																								

		Janeiro				Fevereiro				Março				Abril				Maio				Junho				Julho				Agosto				Setembro				Outubro				
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	
Melhorar o posicionamento do partido na internet	Reformular site																																									
	Desenvolver aplicativo mobile																																									
	Produzir conteúdo ideológico																																									
	Capacitar profissionais																																									
	Melhorar o canal de YouTube																																									
	Realizar pesquisa de afinidade e público em redes																																									
Promover ações de expansão de marca	Desenvolver e publicar livro																																									
	Promover crowdfunding para documentário																																									
	Realizar circuito paulista de palestras																																									
	Realizar circuito nacional de palestras																																									
	Realizar eventos transmitidos ao vivo																																									
Melhorar relacionamento com militantes	Produzir entrevistas exclusivas para militantes																																									
	Formatar sistema de gameificação para engajamento																																									
	Estruturar escola on-line de ciência política e militância partidária																																									
	Estabelecer sistema de doações e recompensas recorrentes																																									
	Campanha de recadastramento de militância																																									
Captar militantes e simpatizantes	Fazer Marketing de conteúdo																																									
	Publicar e-books de interesse popular																																									
	Produzir websérie "Tradução política)																																									

# #2



# #2 PLANEJAMENTO

CONTEÚDO

CONTEÚDO

Temas

Hashtags

Formatos

Frequência

Imagem alvo

Storytelling

Cronograma de publicações

# #2





# #2 PLANEJAMENTO

FLUXOGRAMA

CONTEÚDO

**Pesquisa**

**Produção**

**Revisão**

**Publica-  
ção**

**Dissemi-  
nação**

**Monitora-  
mento**

Palavras-chave  
Temas  
Influenciadores  
Canais

Texto  
Áudio  
Vídeo  
Foto

Ortografia  
Links  
Informações  
SEO

Redes sociais  
Site  
Landing Pages  
Canal de militância

E-mail  
WhatsApp  
Impulscionamento  
Seeding

Ferramentas  
de análise

Analista de  
pesquisa  
Estrategista  
Coordenador

Redator  
publicitário  
Diretor de arte  
Fotógrafo  
Editor  
Cinegrafista  
Jornalista

Jornalista  
Analista de SEO

Analista de  
relacionamento  
Jornalista

Analista de  
relacionamento  
Analista de CRM

Analista de  
monitoramento



**GOULART**  
DEPUTADO FEDERAL

Quem sou Meu Trabalho Fale comigo

## A história que ninguém contou sobre os uniformes gratuitos

1 de dezembro de 2017

Deputado Goulart conta sobre a lei dos uniformes gratuitos

**CADASTRA-SE**

Nome

E-mail

Whatsapp

Marque os temas de seu interesse

- ☐ São Paulo
- ☐ Zona Sul
- ☐ Interior de São Paulo
- ☐ Corinthians
- ☐ Lotéricos

**Cadastrar**

**Goulart** está 😊 se sentindo orgulhoso.  
Publicado por Gabriel Fernando [?] · 9 de fevereiro às 17:09 · 🌐

Uma matéria sobre como criei a lei dos uniformes escolares saiu no Terra e no Estadão!

Fico muito orgulhoso em saber que cumpri bem meu papel e que essa informação está sendo bem distribuída para a população.

Estes são motivos que me fazem sempre continuar com o trabalho duro.

Obrigado pelo apoio de todos!

Leia a matéria:

<https://www.terra.com.br/.../volta-as-aulas-e-a-historia-que-...>

<http://institucional.ae.com.br/cadernos/releases/...>

### Volta às aulas e a história que ninguém contou sobre os uniformes escolares gratuitos

Após um merecido período de férias, as aulas na Rede Municipal de Ensino foram retomadas e para alívio e economia dos pais os alunos já estão recebendo seu

TERRA.COM.BR

# #2 PLANEJAMENTO

FLUXOGRAMA

PUBLICIDADE

**Planeja-  
mento**

**Plano de  
mídia**

**Anúncios**

**Publicação  
da  
campanha**

**Análise**

Objetivo macro  
Públicos  
Temas  
Períodos

Verba  
Formatos  
Objetivo  
Período de  
veiculação  
Públicos

Segmentação  
para públicos  
Peças  
Textos  
Call to actions  
Hashtags  
Links

Facebook  
Instagram  
Google

Relatórios  
Otimização

Analista de mídia  
Estrategista  
Redator publicitário  
Analista de  
monitoramento  
Analista de  
pesquisa

Analista de  
mídia

Analista de mídia  
Redator publicitário  
Designer  
Diretor de arte  
Editor de vídeo

Analista de  
mídia

Analista de mídia  
Analista de  
monitoramento  
Analista de CRM



</

# #2 PLANEJAMENTO

FLUXOGRAMA

MOBILIZAÇÃO

**Fonte**

**Necessidade**

**Conteúdo**

**Ativação**

Alerta do monitoramento  
Demanda da comunicação  
Receptivo da militância

Eventos presenciais  
Eventos on-line  
Captação de doações  
Venda de produtos  
Conversão para votos

*VER FLUXO DE  
CONTEÚDO*

WhatsApp  
E-mail  
Ferramenta de mobilização  
Canais

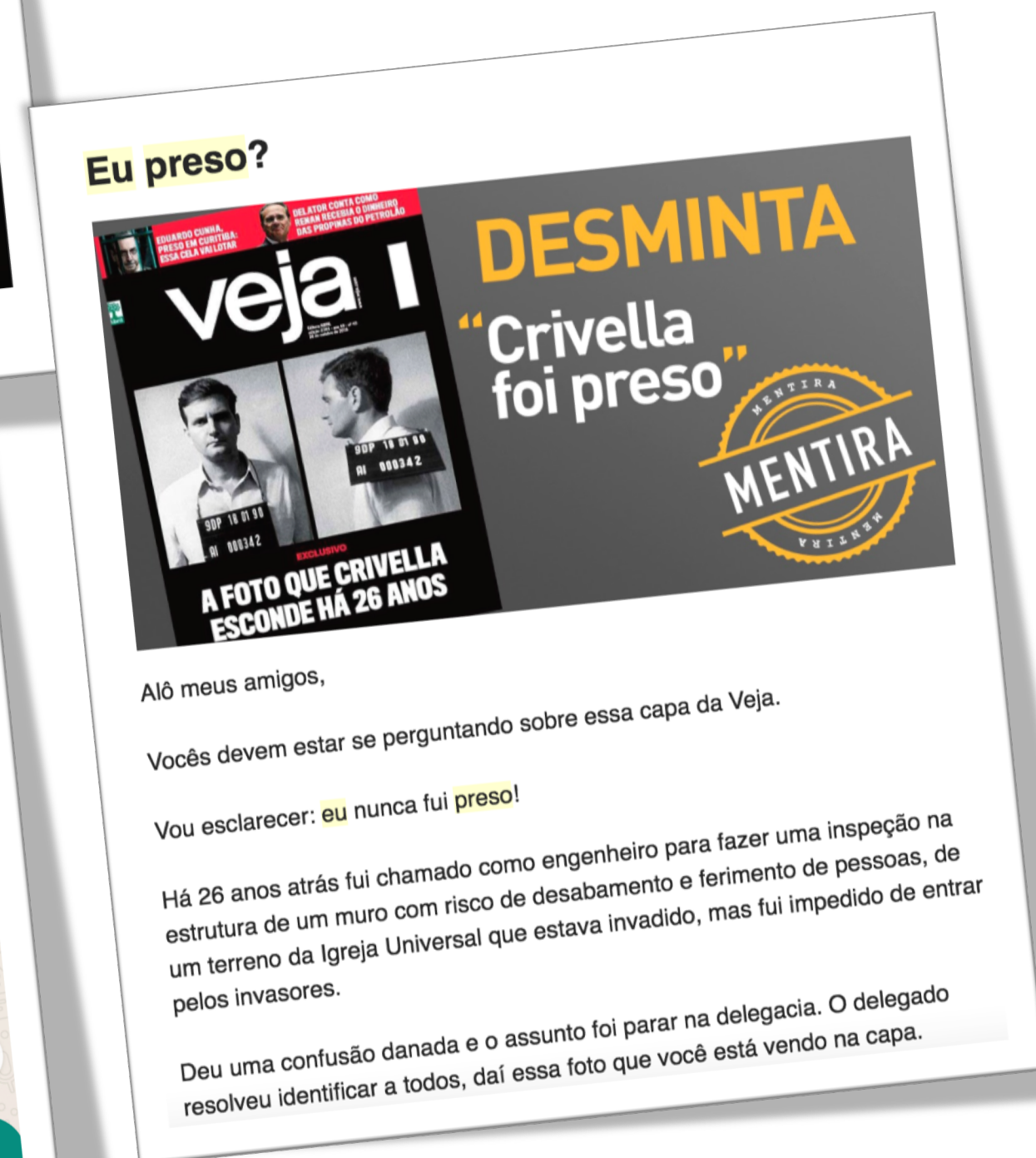
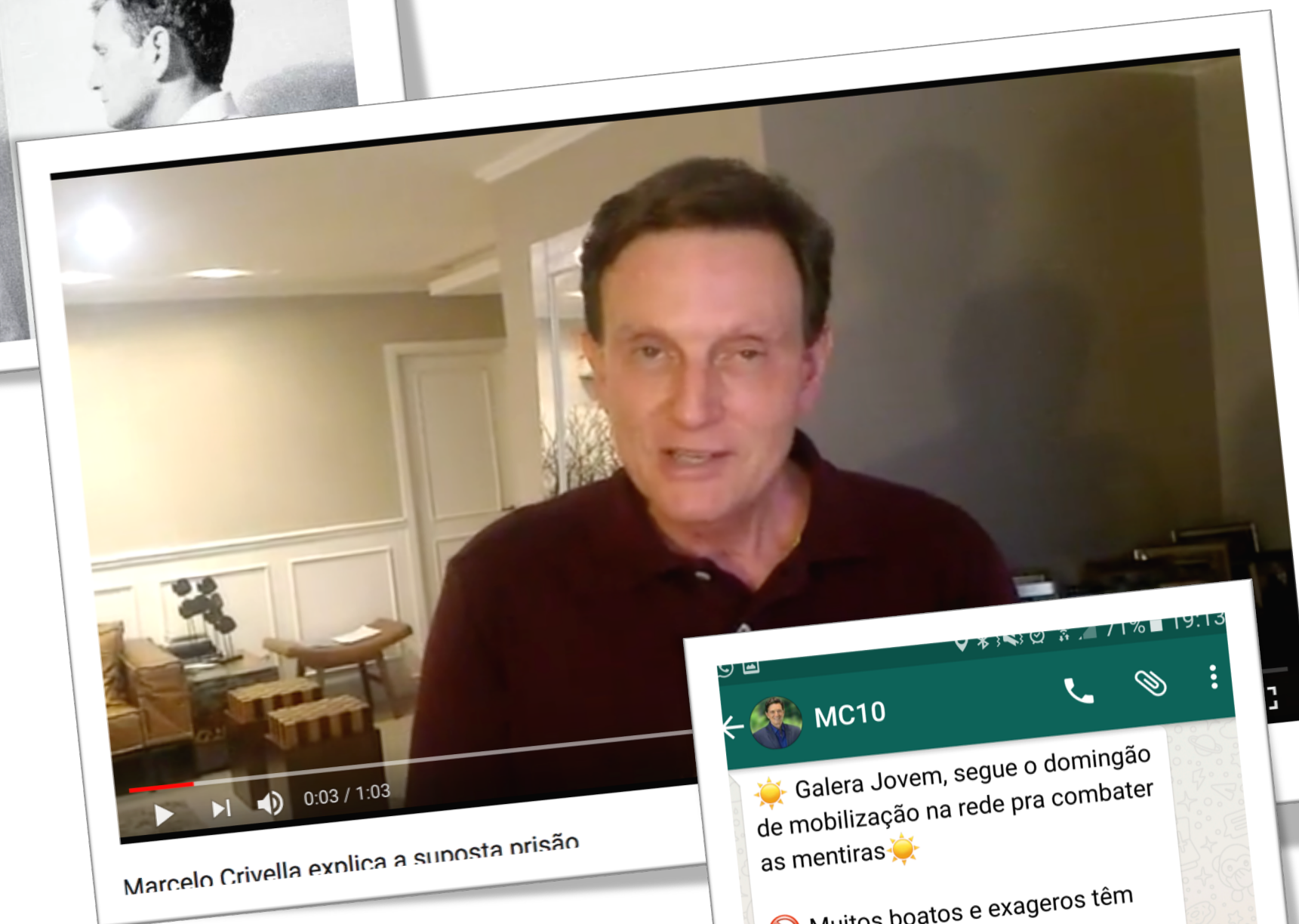
Analista de  
monitoramento  
Estrategista  
Militância

Estrategista

*VER FLUXO DE  
CONTEÚDO*

Analista de  
relacionamento  
Analista de  
CRM





# #2 PLANEJAMENTO

FLUXOGRAMA

MONITORAMENTO

Definição do objetivo

Definição de termos e canais

Definição das métricas

Setup da ferramenta

Operação

Prevenção de crises  
Mensuração de impactos  
Evolução de crises  
Demanda por assuntos

Canais a monitorar  
Palavras-chave relacionadas

Likes, compartilhamentos e comentários  
Cliques  
Acessos  
Downloads  
Visualizações  
Quantidade de menções  
Abertura de e-mail

Ferramentas de monitoramento  
Facebook Insights  
Google Analytics  
Ferramentas de envio de e-mail  
Ferramenta de mobilização

Análise diária  
Análise por período  
Envio de relatórios  
Envio de alertas

Analista de monitoramento  
Estrategista

Analista de monitoramento

Analista de monitoramento

Analista de monitoramento

Analista de monitoramento  
Redator  
Designer

# #2





# #2 PLANEJAMENTO

EQUIPE

ORGANOGRAMA

Estrategista

Gerente de  
operação

Coordenador  
de criação

Coordenador de  
Relacionamento

Coordenador de  
Monitoramento e  
Crises

Coordenador  
de Tecnologia

Coordenador  
de Mídia

Coordenador  
de Mobilização

Redatores

Analistas de  
relacionamento

Analistas de  
monitoramento

Programadores

Analistas de  
mídia on-line

CRM

Designers

Produtores  
de vídeo

# #2 PLANEJAMENTO

EQUIPE

PERFIS E FUNÇÕES

CARGO	PRINCIPAL CARACTERÍSTICA	PRINCIPAL FUNÇÃO	REMUNERAÇÃO MÉDIA*
Estrategista/consultor	Visão holística	Planejamento	R\$ 20.000
Coordenador/Gerente	Organização	Acompanhar desempenho	R\$ 12.000
Redator	Entender de política	Produzir conteúdo	De R\$ 4.000 a R\$ 8.000
Abelha	Agilidade	Captar e editar vídeos	R\$ 6.000
Gerente de redes	Pragmático	Ativação de redes e militância	R\$ 6.000
Analista de relacionamento	Comunicativo	Gestão de respostas	R\$ 3.000
Auxiliar	Flexível	Apoiar outras áreas	R\$ 2.500
CRM	Disciplina	Tratamento de mailing e disparos	R\$ 3.500
Webdesigner	Senso estético	Produzir peças	R\$ 5.000
Analista de pesquisa	Concentração	Pesquisas base para outras áreas	R\$ 3.000
Analista de monitoramento	Boa interpretação	Monitorar	R\$ 3.000

\*Valores de referências de campanhas estaduais em 2018