

COMO PENSAR UMA CAMPANHA



Mapeie a campanha

Enredo
Mensagem
O que inspira
linhas narrativas
moral da história

Pessoas
Militantes (eleitoras)
Spectadores

Conteúdo
Propaganda eleitoral
stagram, jingle,
impulsionante
ícone de defesa

Cond. de voto
Candidato + coligação
Quem é / O que
O que a

Atoos de campanha
eventos, propagandas
virtuais e presenciais
Novas
fase de campanha

25 26 27 28 29 30 31 32 33

Enredo
Mensagem

Pessoas/adiuniar
Militantes, eleitores
Simpaticantes

Conteúdo
Propaganda eleitoral
slam, jingle,
impulsionante
l, intm. de. dotes

Confidencial
~~Conduzir + coliguir~~
Quem é / O que quer
O que quer

Comprinha

Ato/s de compra
eventos, propagandas
Virtual ou presencial
Mercado
fase de compra

Projeção Futura
O que o eleitor tem
e quer

Camus (Raz + Vantagens)
meios para atingir a audiência
eleitorada

Vou traduzir...

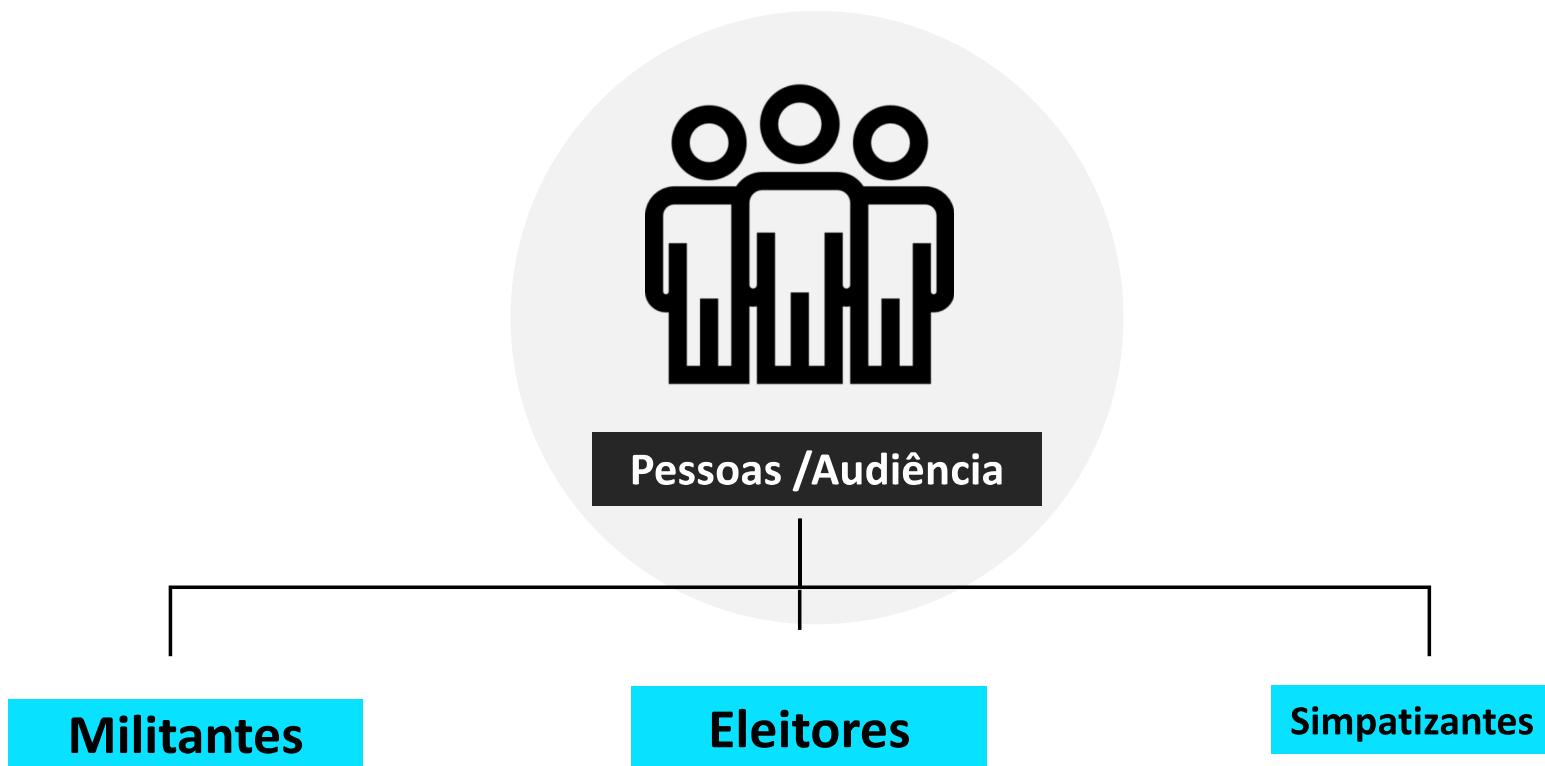




O que inspira

Linha narrativa

Moral da História





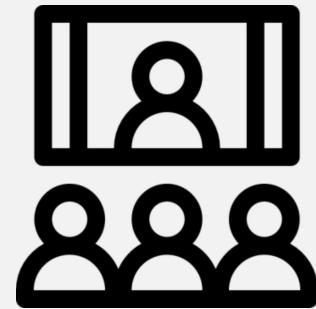
Propaganda eleitoral

Slogan

Jingle

Impulsionamento

Linha de defesa



Atos de campanha

Eventos presencial ou virtual

Marcos

Fases da campanha



Meios para atingir o eleitor

Rádios

Televisão

Rua

Internet



Projeção futura

O que o eleitor **tem a ganhar**



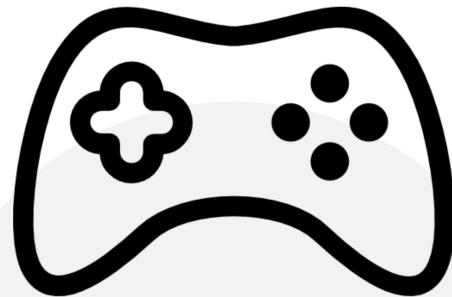
Candidatura

Candidato + coligação

Quem é?

O que pensa?

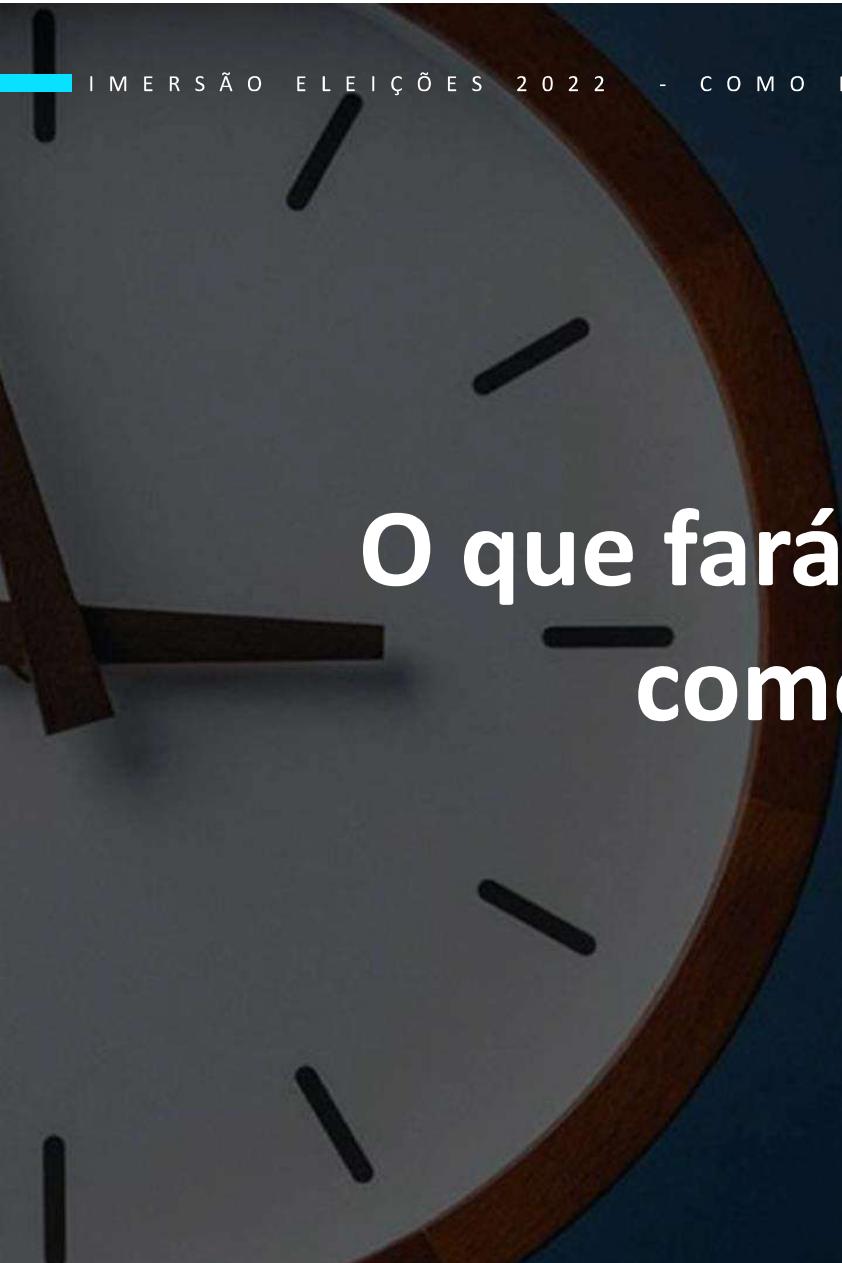
O que quer?



O JOGO É...

Como amarrar isso dentro de uma
linha temporal

Estamos a
191 dias da eleição



O que fará diferença na sua eleição é
como você vai usar este tempo



Foco em criar **reputação e
reconhecimento**

Até maio

Aquecimento



**Foco em ampliar
conhecimento da candidatura**

De maio a agosto

Pré-campanha



**Foco em ter presença na rua e
pedir voto**

De agosto a outubro

Campanha