

КАК СТАТЬ ПОЛИТИКОМ?



СТАДИИ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

НАЗНАЧЕНИЕ ВЫБОРОВ



ВЫДВИЖЕНИЕ КАНДИДАТОВ (СПИСКОВ КАНДИДАТОВ)



РЕГИСТРАЦИЯ КАНДИДАТОВ (СПИСКОВ КАНДИДАТОВ)



ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ



ГОЛОСОВАНИЕ



ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ВЫБОРОВ



ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

ШАГ 1. ПОДГОТОВКА ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ

РАССТАНОВКА СИЛ В ОКРУГЕ



РАЗРАБОТКА ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПАСПОРТА ОКРУГА

ШАГ 2. СОСТАВЛЕНИЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ ПРОГРАММЫ КАНДИДАТА

ПРЕДВЫБОРНАЯ ПРОГРАММА – ЭТО

документ, в котором затрагиваются наиболее злободневные проблемы, назревшие в пределах города, своего избирательного округа и пути их решения.

!!! ОСНОВА АГИТАЦИИ ИЗБИРАТЕЛЕЙ !!!



**НЕТ!
ЗАОБЛАЧНЫМ
целям**

СОЦИАЛЬНЫЙ

**проект, цель
которого возможно
проверить**

**НЕТ!
ЦЕЛЯМ И ЗАДАЧАМ ЗА
ПРЕДЕЛАМИ КОМПЕТЕНЦИИ**

**УКАЗАНИЕ
на основное
противоречие
окружающей
социальной
реальности**

**ТРЕБОВАНИЯ К
ПРЕДВЫБОРНОЙ
ПРОГРАММЕ**

**ПРОГРАММА-
МАКСИМУМ
ПРОГРАММА-МИНИМУМ**

**ОБЪЕМ 2-4 страницы
крупным шрифтом для
беглого
чтения «НА ХОДУ»**

**ОРГАНИЧНО
СОЧЕТАТЬСЯ С
ПАРТИЙНОЙ
ПРИНАДЛЕЖНО
СТЬЮ (ЕСЛИ
ТАКАЯ ЕСТЬ)**

**СОДЕРЖАТЬ
«ИЗЮМИНКУ»**

ШАГ 3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ!

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СВОИХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ



КОЛЕБЛЮЩИЕСЯ избиратели –

та часть электората, которая определяет исход выборов.

СТАБИЛЬНЫЙ ЭЛЕКТОРАТ – «постоянные избиратели».

Голосует в зависимости от партийной принадлежности и позиций кандидата по каким-либо вопросам.

РАБОТА С АКТИВНЫМИ СТОРОННИКАМИ, ВОЛОНТЕРАМИ ШТАБА БОЛЬШАЯ ДРУЖНАЯ КОМАНДА! ОЧЕНЬ ВАЖНАЯ АУДИТОРИЯ!

ВАЖНО!!!

НЕ ТРАТИТЬ ВРЕМЯ ВПУСТУЮ НА «ЧУЖИХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ»

ШАГ 5. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КАНДИДАТА

**ЧАЩЕ ВСЕГО
ГОЛОСУЮТ ЗА
СОЗДАННЫЙ МИФ О
ЧЕЛОВЕКЕ**

ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ

**ВНЕШНИЙ ВИД
ОРАТОРСКОЕ
МАСТЕРСТВО,
ПАРТИТУРА
ЖЕСТОВ**

**КАНДИДАТ-САМЫЙ
ГЛАВНЫЙ РЕСУРС**

**НЕЛЬЗЯ БЫТЬ
ХОРОШИМ ДЛЯ
ВСЕХ**

**«СЛУЖИТЕЛЬ
ОБЩЕСТВА»**

**«ПРОПОВЕДНИК»
«УЧИТЕЛЬ»
«СВОЙ ПАРЕНЬ»**

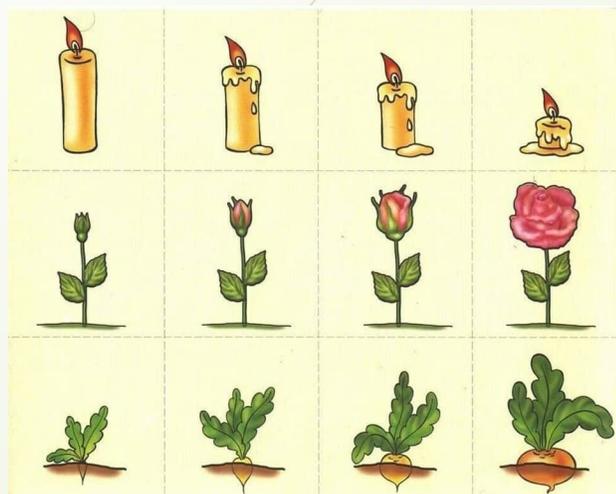
ШАГ 6. АНАЛИЗ АКТУАЛЬНЫХ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ У ИЗБИРАТЕЛЕЙ ОКРУГА.

- **КИНОКАНАЛ: КИНО, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, СЛАЙД-ПРОЕКЦИЯ, ПОЛИЭКРАН**
- **КАНАЛ АУДИО: РАДИО**
- **ИНТЕРНЕТ-КАНАЛ: САЙТЫ, СОЗДАНИЕ ТЕЛЕГРАММ-КАНАЛА СТОРОННИКОВ КАНДИДАТА, ГРУППА WhatsApp**
- **ПЕЧАТНЫЙ КАНАЛ: КАТАЛОГИ, БУКЛЕТЫ, ПЛАКАТЫ**
- **КАНАЛ ПРЕССЫ: ГАЗЕТЫ, ЖУРНАЛЫ, СПРАВОЧНИКИ**
- **КАНАЛ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ: БИЛБОРДЫ, БРЕНДМАУЭРЫ**
- **КАНАЛ ТРАНСПОРТА: НАДПИСИ НА ТРАНСПОРТЕ, ОБЪЯВЛЕНИЯ В САЛОНЕ**
- **МОБИЛЬНЫЙ КАНАЛ**
- **КАНАЛ МЕСТА ПРОДАЖ: ВИТРИНЫ, ПОЛКА, УПАКОВКА**
- **КАНАЛ СУВЕНИРОВ**

ТАРГЕТИРОВАНИЕ
(фокус на целевую аудиторию)



СИНЕРГИЯ
коммуникационные инструменты должны дополнять друг



ПРИНЦИПЫ КОММУНИКАЦИИ



ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ
не допускайте противоречий в коммуникациях



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ
Делайте неличное личным

ПОИСК ВОЛОНТЕРОВ И «ДОНОРОВ» СПЕКТР возможностей

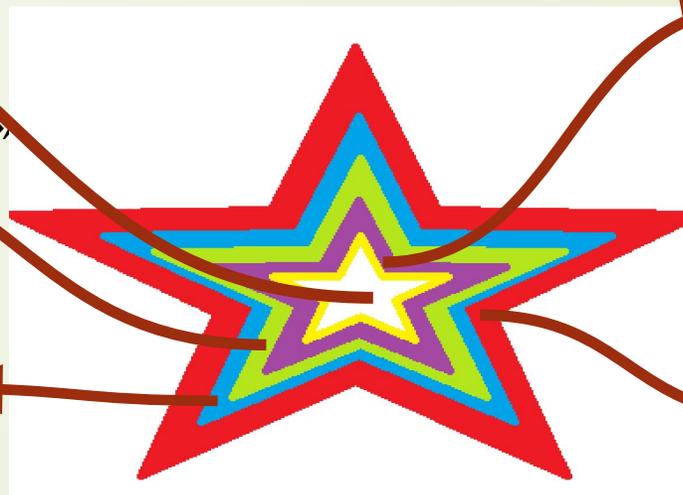
КАНДИДАТ

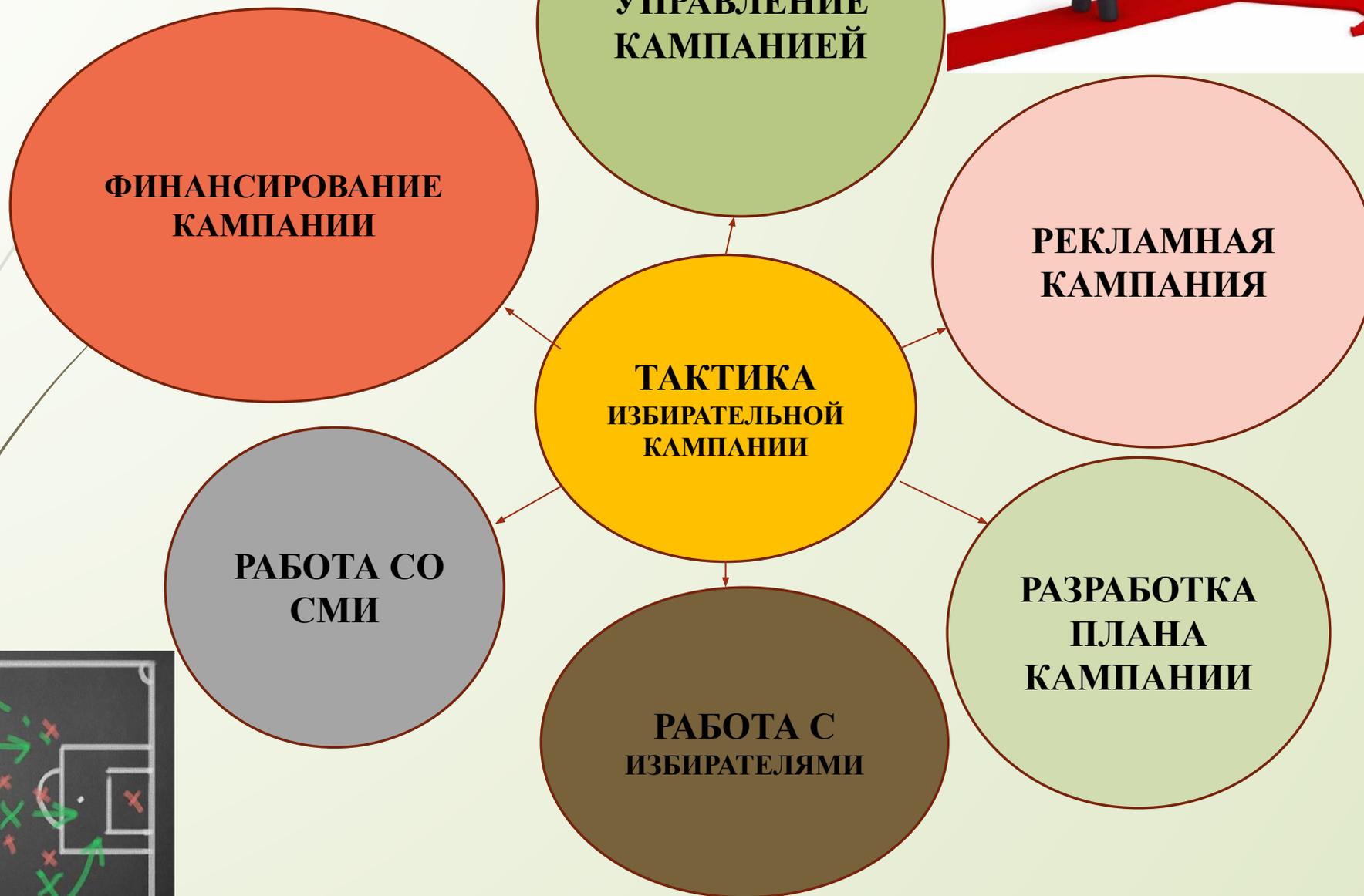
СЕМЬЯ И БЛИЗКИЕ
ДРУЗЬЯ КАНДИДАТА

ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ «ДОНОРЫ»

ТЕ, КТО ВЫИГРЫВАЕТ
ОТ ИЗБРАНИЯ КАНДИДАТА

ЛЮДИ, НАХОДЯЩИЕСЯ В
ОППОЗИЦИИ К ОППОНЕНТУ
КАНДИДАТА





ШАГ 7. РАБОТА С ИЗБИРАТЕЛЯМИ («ПОЛЕ»)

- Поквартирный обход
- Встречи во дворах
- Телефонный обзвон
- Почтовая рассылка или «занос» агитки
- Массовая распространение агитки
- Кампании в соц. сетях



СТАНДАРТНЫЕ СИТУАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА

**1. ПЕРВОЕ
ОБРАЩЕНИЕ
КАНДИДАТА
(сразу после
регистрации)**

**2. В СЕРЕДИНЕ
КАМПАНИИ
НЕОБХОДИМО
НАПОМНИТЬ О
СЕБЕ**



**3. В ПЕРИОД АКТИВНОЙ
АГИТАЦИИ КАК
ПРАВИЛО ПОЯВЛЯЕТСЯ
ПОВОД ДЛЯ НОВОГО
ОБРАЩЕНИЯ**

**4. НЕПОСРЕДСТВЕННО
ПЕРЕД ВЫБОРАМИ
ОБРАЩЕНИЕ ДОЛЖНО
ОТРАЖАТЬ ВСЕ
БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ
ОКРУГА**

Работа с избирателем – по принципу «СЕНДВИЧ»

1. Таргетированные» квартиры получают агитку.

Агитаторы делают поквартирный обход.

2. За неделю до выборов каждый сторонник получает телефонный звонок с вопросом:
«Как вы планируете проголосовать?»

3. За два дня до выборов каждый сторонник получает смс с напоминанием проголосовать.





ОБЯЗАТЕЛЬНО!!!

ПЛАН РАБОТЫ С ИЗБИРАТЕЛЯМИ

- ДОЛЖЕН БЫТЬ ПИСЬМЕННЫМ
- СОДЕРЖАТЬ ЧЕТКО ПОСТАВЛЕННУЮ ЦЕЛЬ КАМПАНИИ
- РЕАЛИСТИЧНЫМ ИСХОДЯ ИЗ ИМЕЮЩИХСЯ РЕСУРСОВ
- КОНКРЕТНЫЙ С СОИЗМЕРИМОЙ ЦЕЛЬЮ
- СООБЩАТЬ ЧЕТКИЙ МЕССЕДЖ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ
- ВКЛЮЧАТЬ КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК И БЮДЖЕТ
- ПОДЛЕЖАТЬ КОРРЕКТИРОВКЕ С УЧЕТОМ МЕНЯЮЩИХСЯ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ





ВСЕГДА ПОМНИТЕ!!!

**ПОЛИТИКА —
УЛИЦА С ДВУСТОРОННИМ ДВИЖЕНИЕМ!**

