

Name : XXXXXXXXXXXXXXXX
First Name : XXXXXXXXXXXXXXXX
Age : XXXXXXXXXXXXXXXX
Location : XXXXXXXXXXXXXXXX
Sex : XXXXXXXXXXXXXXXX
Job : XXXXXXXXXXXXXXXX
Address : XXXXXXXXXXXXXXXX
Nationality : XXXXXXXXXXXXXXXX
Access : XXXXXXXXXXXXXXXX

СОДЕРЖАНИЕ СТРАТЕГИИ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

Name : XXXXXXXXXXXXXXXX
First Name : XXXXXXXXXXXXXXXX
Age : XXXXXXXXXXXXXXXX
Location : XXXXXXXXXXXXXXXX
Sex : XXXXXXXXXXXXXXXX
Job : XXXXXXXXXXXXXXXX
Address : XXXXXXXXXXXXXXXX
Nationality : XXXXXXXXXXXXXXXX
Access : XXXXXXXXXXXXXXXX

ОЦЕНКА СТАРТОВЫХ УСЛОВИЙ

НА ОСНОВАНИИ ДАННЫХ СОЦИОЛОГИИ*

- » Стартовые условия (краткие сведения об округе на основе паспорта, сведения о числе избирателей)
- » Электоральная история округа
- » Оценка электоральных позиций Кандидата: имидж и образ (сильные/слабые стороны; рейтинг/антирейтинг)
- » Описание электорального поля, описание базового электората Кандидата и неопределившихся
- » Оценка конкурентного поля (имидж оппонентов, рейтинг/антирейтинг, ресурсы, электоральные группы оппонентов), определение основных оппонентов
- » Оценка социального самочувствия жителей округа (протестный потенциал), оценка проблемного поля округа
- » Оценка внутриэлитных противоречий и их влияние на электоральную ситуацию



**ОЦЕНКА БАЗОВОГО ЭЛЕКТОРАТА И ПОТЕНЦИАЛА ПРИРОСТА ГОЛОСОВ,
ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ И РИСКИ КАМПАНИИ**

ЛИНИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Идеологическая модель активного этапа избирательной кампании

- 1 Доминанта активного этапа избирательной кампании
- 2 Эмоциональное позиционирование
- 3 Рациональное - программное позиционирование
- 4 Линии позиционирования и сшивка с линией Партии



ДОЛЖНЫ БЫТЬ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ОСНОВНЫЕ:

- ▶ Слоганы кампании и примеры визуального ряда

ТАКТИКА КАМПАНИИ



Сшивка кампаний:

- кампания Партии и по ОИО



Ключевые технологические проекты в рамках кампании

(обоснование выбора целевой аудитории, ожидаемый результат)



- Фоновые и мобилизационные проекты
- Тактика работы кандидата с проблемами округа



Технологический инструментарий («поле», расчет агитаторов, АПР, расчет тиражей и способов распространения, СМИ, SMM, юридический блок и т.д.)



SMM-стратегия кампании

(описание основных каналов и системы взаимодействия с интернет-пользователями, основные месседжи для интернет- среды, целевые показатели. Тергетированная реклама, посеы, работа с личными соцсетями кандидата, контент, спецпроекты, малые дела)



Ресурсное обеспечение кампании

(в т.ч. бюджет кампании)



- План – график кампании
- Как выстроено планирование



Организация Единого дня голосования и поствыборных действий (мобилизация, наблюдение, работа с УИК, работа с рисками нарушений и т.п.)

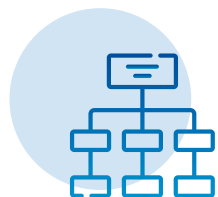
МОБИЛИЗАЦИОННАЯ РАБОТА

1 **Управленческая схема организации мобилизационной работы**

2 **Описание инструментария и системы обратной связи с внесенными в базу мобилизации**

3 **Электоральный расчет (в абсолютных голосах)**

РАБОТА ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ШТАБА



Структура штаба



Укомплектованность штаба специалистами



Структура интернет-блока

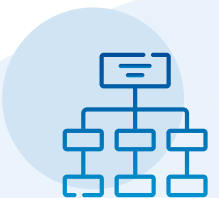


Взаимодействие с административными структурами

(контрагенты для осуществления координации действий по различным блокам: полевая работа, АПР, СМИ, SMM, прочее)



Юридическое обеспечение кампании



Структура полевой работы – расчет бригадиров, агитаторов по МО

РАБОТА С ОППОНЕНТАМИ

Тактика перехвата проблемной повестки

Юридическая работа с оппонентами

Технические и прочие кандидаты

Защита результата

ПРОБЛЕМЫ СТАРТОВОГО ЭТАПА КАМПАНИИ



**Предложения по нейтрализации
проблем и рисков**

ИНТЕРНЕТ-КАМПАНИЯ

» Аналитика:

- » Анализ интернет-среды: сообщества, блогеры
- » Анализ аудитории: социологический портрет пользователей
- » ТОП-10 проблематик по социальным сетям
- » Планы по онлайн-социологии (минимум 2 волны)

» Таргетинг и работа с партнерской сетью:

- » Таргетинг – ключевые аудиторные группы, типы продвигаемого контента и планируемый ежемесячный бюджет
- » Партнерская сеть – список сообществ и блогеров, с которыми планируется выстроить партнерские взаимоотношения. Планируемый рекламный бюджет

! Планируемые показатели: охват, ER, количество «касаний» с аудиторией – на 01.06, 01.07, 01.08, 10.09

» Личные аккаунты:

- » Текущее состояние дел – имеющиеся аккаунты и сообщества, их аудиторные показатели
- » Планы по предвыборной адаптации аккаунтов
- » Планы по магистральным темам для соцсетей
- » Пример контент-плана на неделю. Примеры постов по конкретным рубрикам
- » Планы по спецпроектам (адаптация технологических проектов под соцсети, «малые дела» и т.д.)

! Планируемые показатели: охват, ER, количество «касаний» с аудиторией – на 01.06, 01.07, 01.08, 10.09

» СМИ, мессенджеры, прочие площадки

- » Планы по работе в Telegram
- » Планы по работе с электронными СМИ

- ▶ **Стратегия должна содержать логику как в электоральном плане, так и во временном**
- ▶ Стратегия должна быть оформлена в виде схематичной презентации (**PowerPoint или PDF, формат 16:9**) и текстового документа (**Word, 10-15 стр.**)
- ▶ **Доклад на защиту 7 минут**