

PROPOSTA CHURCHILL

È un percorso di marketing elettorale e comunicazione politica che prevede una doppia fase di analisi del contesto elettorale ed una successiva azione di pianificazione degli strumenti di comunicazione.

L'obiettivo è favorire e promuovere la **conoscenza**, la **visibilità** ed il **progetto politico** del candidato tramite successive fasi di sviluppo della campagna elettorale:

1. Conoscenza del collegio

- a. Focus group
- b. Sondaggio quali/quantitativo
 - i. individuazione bisogni degli elettori (temi motivanti al voto/aspettative)
 - ii. identificazione dei segmenti/target

2. Profilo di immagine del candidato

- a. Briefing con il candidato
- b. Analisi/swot
- c. Schema a tre colonne
 - i. Individuazione punti di forza e punti di debolezza del candidato
 - ii. Identificazione delle caratteristiche del principale avversario
 - iii. Elaborazione di un'immagine forte, autorevole, vincente

3. Predisposizione programma

- a. Definizione obiettivi da raggiungere
- b. Proposte dell'elettorato
- c. Proposte del candidato
- d. Conformità ai segmenti/target prescelti
 - i. Chiarezza, completezza, rispondenza, novità e concretezza degli obiettivi
 - ii. Proposta personale, identificabile, comprensibile, credibile e praticabile

4. Pianificazione strategica

- a. Organizzazione comitato elettorale
- b. Timing e predisposizione Agenda del candidato
- c. Idea concept e realizzazione materiale di comunicazione (copy/visual/advertising)
- d. Scelta dei media (media planning)
- e. Distribuzione materiale di comunicazione (manifesti/santini/deplianti/lettere)
- f. Attività di Pr (*door to door*/incontri/dibattiti/mailling/presenza nei media/comizi)
- g. Raccolta fondi (fundraising)
 - i. Far conoscere il candidato
 - ii. Far conoscere il programma
 - iii. Stabilire contatti interattivi con l'elettorato
 - iv. Convincere l'elettore
 - v. Mobilitare i militanti
 - vi. Raggiungere i simpatizzanti
 - vii. Migliorare l'immagine del candidato

5. Attività di controllo e verifica della strategia di campagna

- a. verificare l'immagine di cui gode il candidato
- b. controllare l'attuazione e la rispondenza del programma politico/elettorale
- c. sondare il livello di soddisfazione degli elettori nei confronti dell'azione politica
- d. monitorare i punti di forza e punti di debolezza che caratterizzano l'azione politica

Il risultato di questo percorso è una campagna elettorale: professionale, pianificata, mirata, convincente, suggestiva, visibile, originale, rispettosa