



PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

Gilmar Ferreira

Vereador Município Pilão Arcado



SETEMBRO, 2020



Objetivo

Ser eleito vereador de Pilão Arcado



Cenário

Pilão Arcado



- População: 35.175 (IBGE 2020)
- Salário médio: 1,7 salários mínimos
- Pessoas ocupadas: 6,1%
- 57,5% da população ganha em média $\frac{1}{2}$ salário mínimo
- Católicos: 23.830
- Evangélicos: 4.009
- 25.088: eleitores (total)
- 49,15% de mulheres

Eleições 2016

Prefeito

CANDIDATO	PARTIDO	Nº DE VOTOS	SITUAÇÃO
Afonso	PP	44,38%	ELEITO
Mundoca	PDT	35,93%	Ñ ELEITO

Vereadores

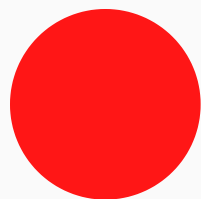
CANDIDATO	PARTIDO	Nº DE VOTOS	SITUAÇÃO
Rogério Luiz	PRB	1258	6,34%
Luis Claudio	PSDB	1087	5,48%
Orgeto Bastos	PRP	1058	5,34%
Antonio Caroço	PP	811	4,09%
Robson Santana	PDT	811	4,09%
Renilton Melo	PMB	777	3,92%
Thaisio Ribeiro	PP	742	3,74%
Cleiton Vaqueiro	PSD	686	3,46%
Jessezinho	PSD	638	3,22%
Mauri Da Caraiba	PDT	582	2,93%
Marcos Cleiton	PR	574	Ñ ELEITO
Ze Da Santa	PMB	544	Ñ ELEITO
Zé Calisto	PR	448	Ñ ELEITO

Eleições 2020

Desafios:

- Ascender sua identidade para que as pessoas possam se associar ao nome Gilmar, aos anseios sobre o papel de um vereador.
- Aumentar presença digital e reorientar os conteúdos na rede.
- Estruturar equipe na região para apoiar a base do trabalho; últimos dias de pré-campanha e campanha.



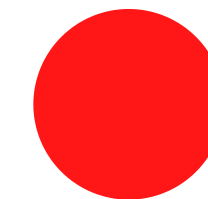


Orientações Estratégicas:

- A sugestão é que a campanha atinja com igual força as zonas rural e urbana.
- Importante que furemos a bolha das abordagens orgânicas. É necessário ampliar para a população em geral o reconhecimento do perfil de Gilmar.
- Ocupação das redes sociais com conteúdos estruturados a partir de bandeiras de campanha; Nova Agricultura Familiar (incentivo à produção, à comercialização e à promoção dos produtos), defesa da criação de políticas públicas voltadas para jovens (cultura, emprego, educação e esporte) e nas questões sensíveis à mulher.
- Mesmo diante da pandemia, devemos manter a agressividade das ações presenciais, sempre respeitando o distanciamento e uso de máscara.
- Apoio à maioria de forma estratégica, observando sempre os diálogos e tendências do eleitorado. Dentro do possível, descolar a campanha de Gilmar da maioria.

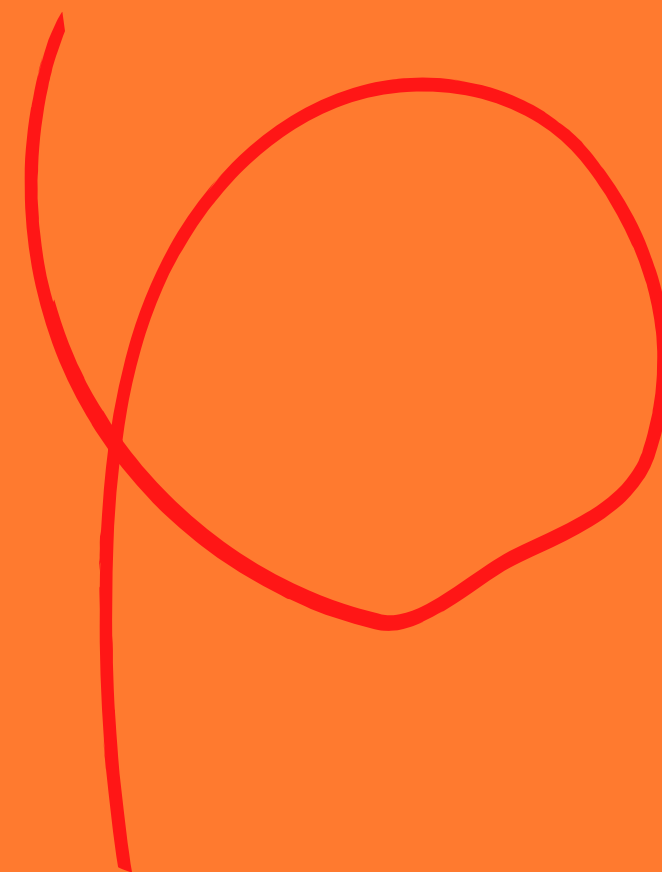
Recomendações

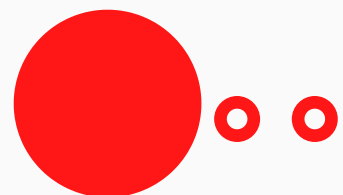
- Montar mapa geopolítico, definindo as lideranças por território (rua, bairro, distrito, povoado).
- **Diálogos Temáticos – Espaço de Escuta;**
 - Produtores Rurais, Juventude, Direito das Mulheres, entre outros.
 - Estes miniencontros terão como finalidade a **ESCUTA**.
 - A principal pergunta: **O que eles esperam de um vereador?**
 - Nestes encontros queremos montar uma base de dados com telefone (Whats) e e-mail de todos que participarem.





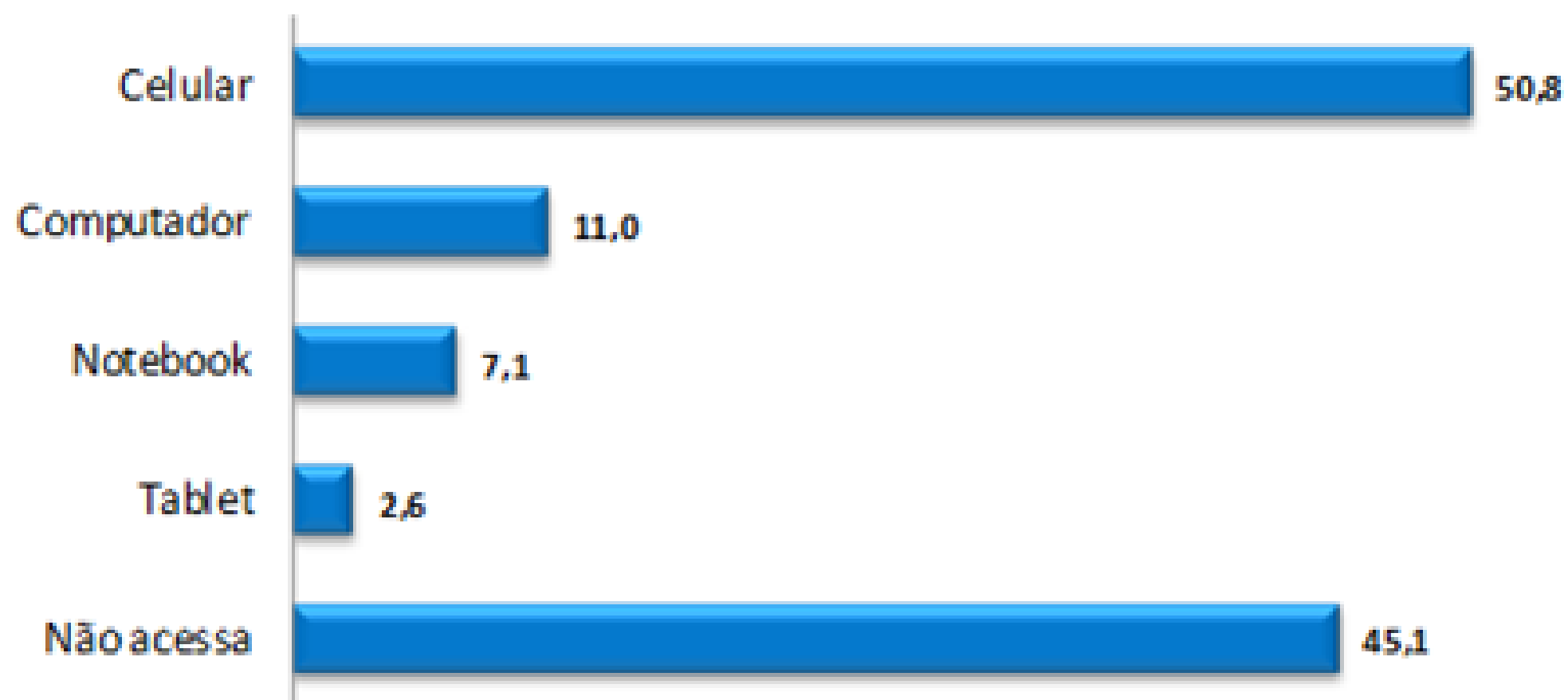
Comunicação



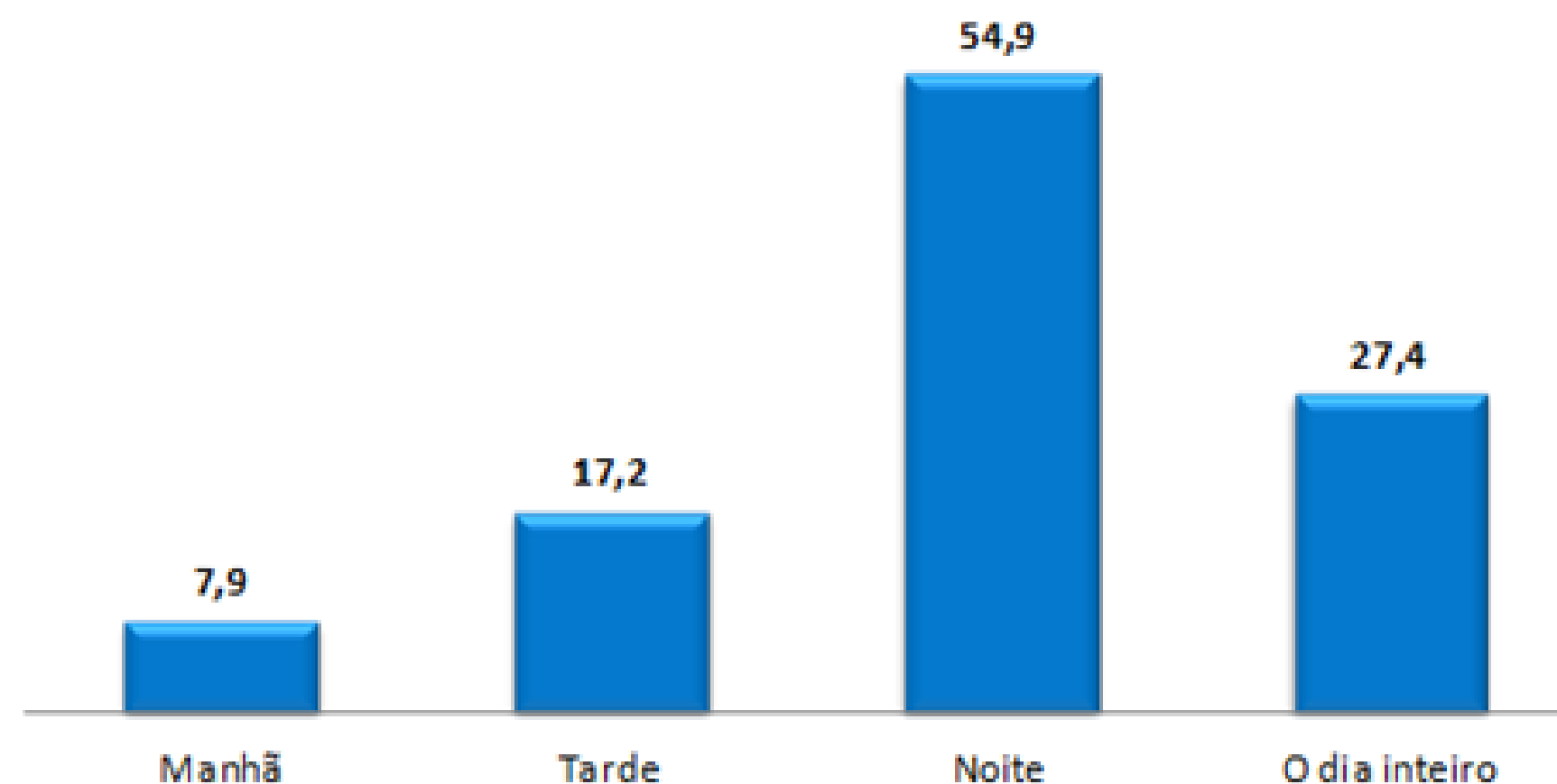


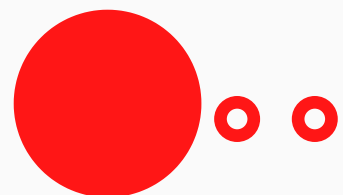
Perfil de consumo da Internet na região.

Plataformas em que costuma acessar a internet (%)



Período do dia em que mais acessa a internet (%)



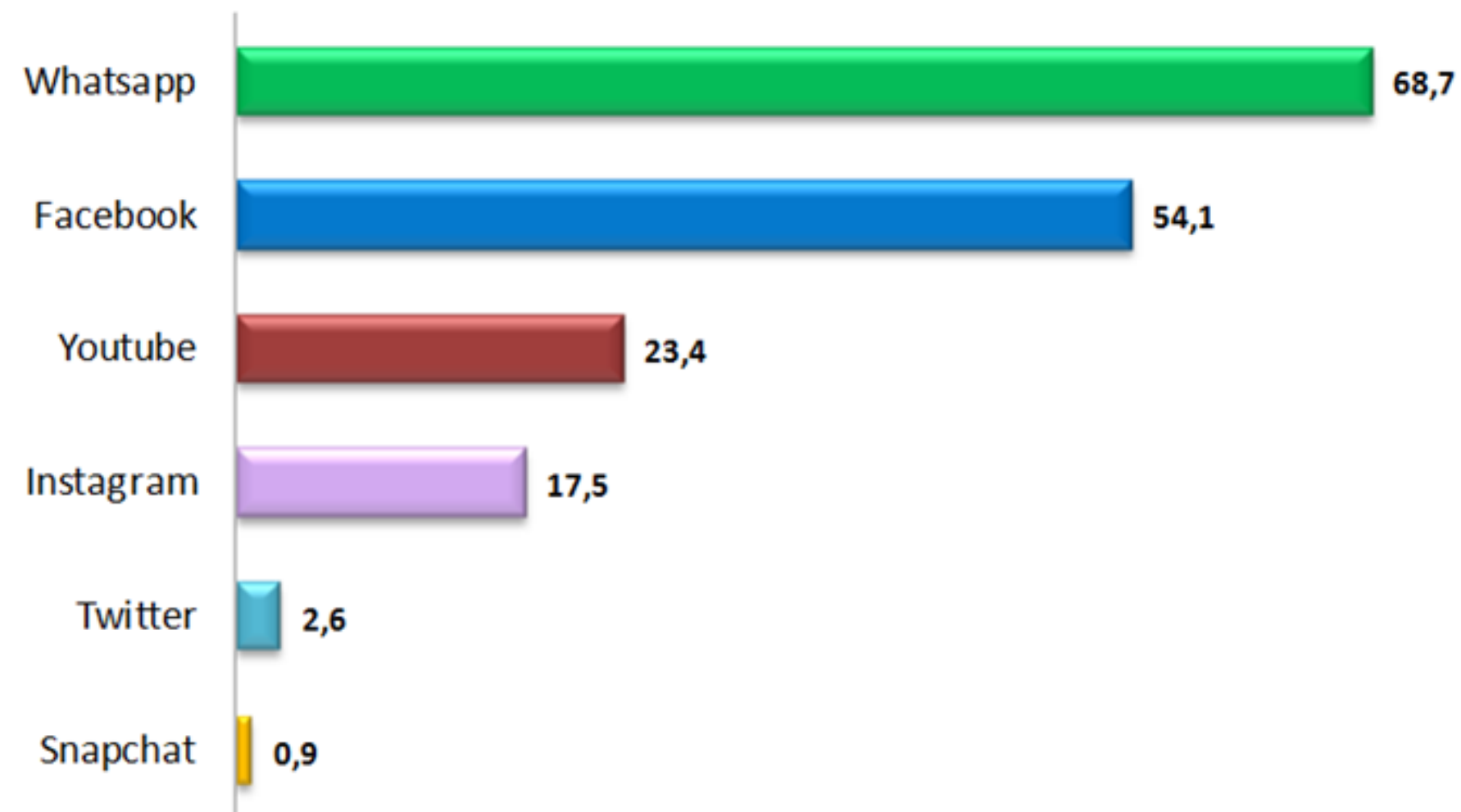


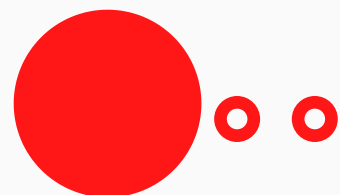
Perfil de consumo da Internet na região.

Lê notícias sobre a cidade na internet

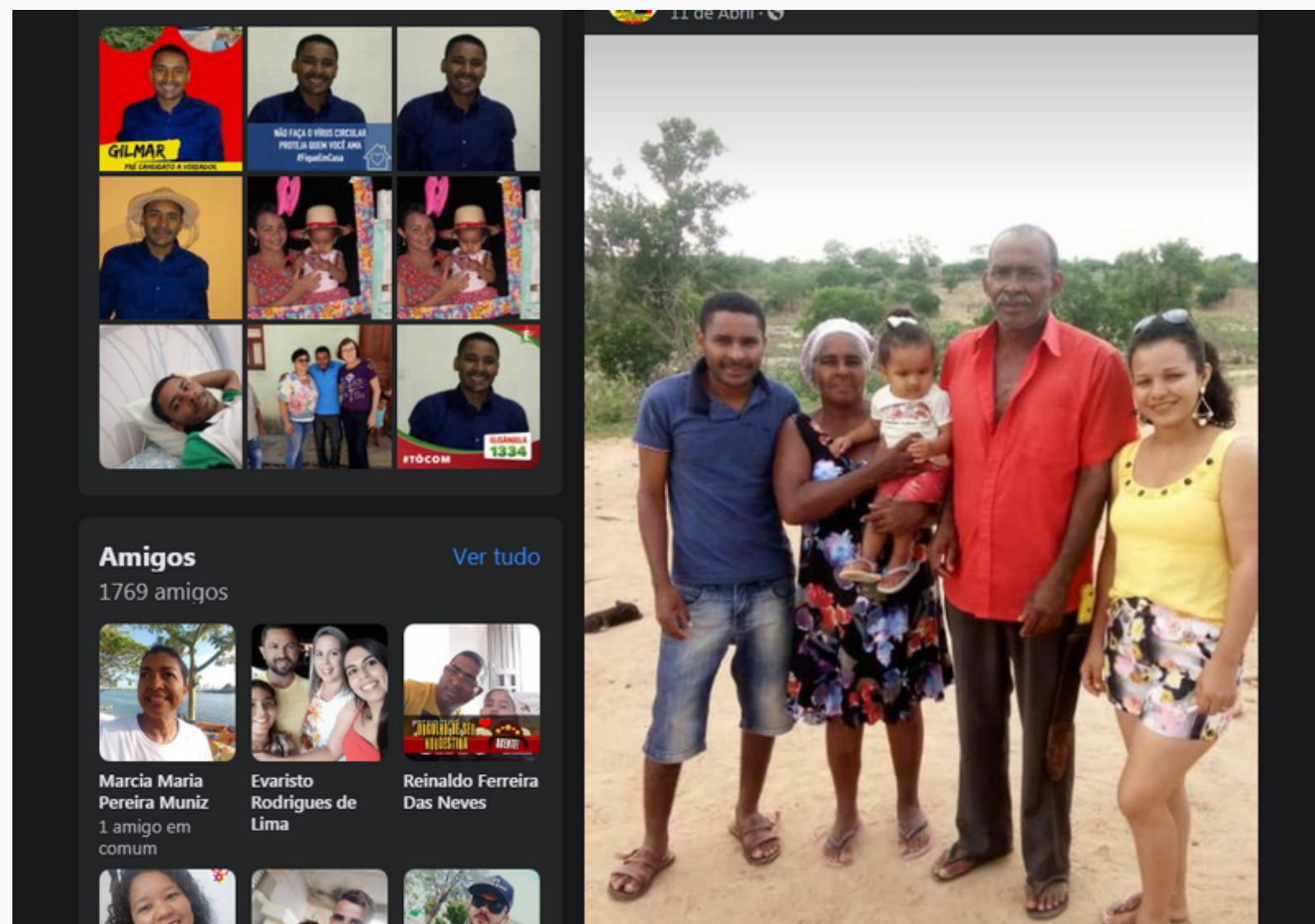


Utilização das Redes Sociais (%)



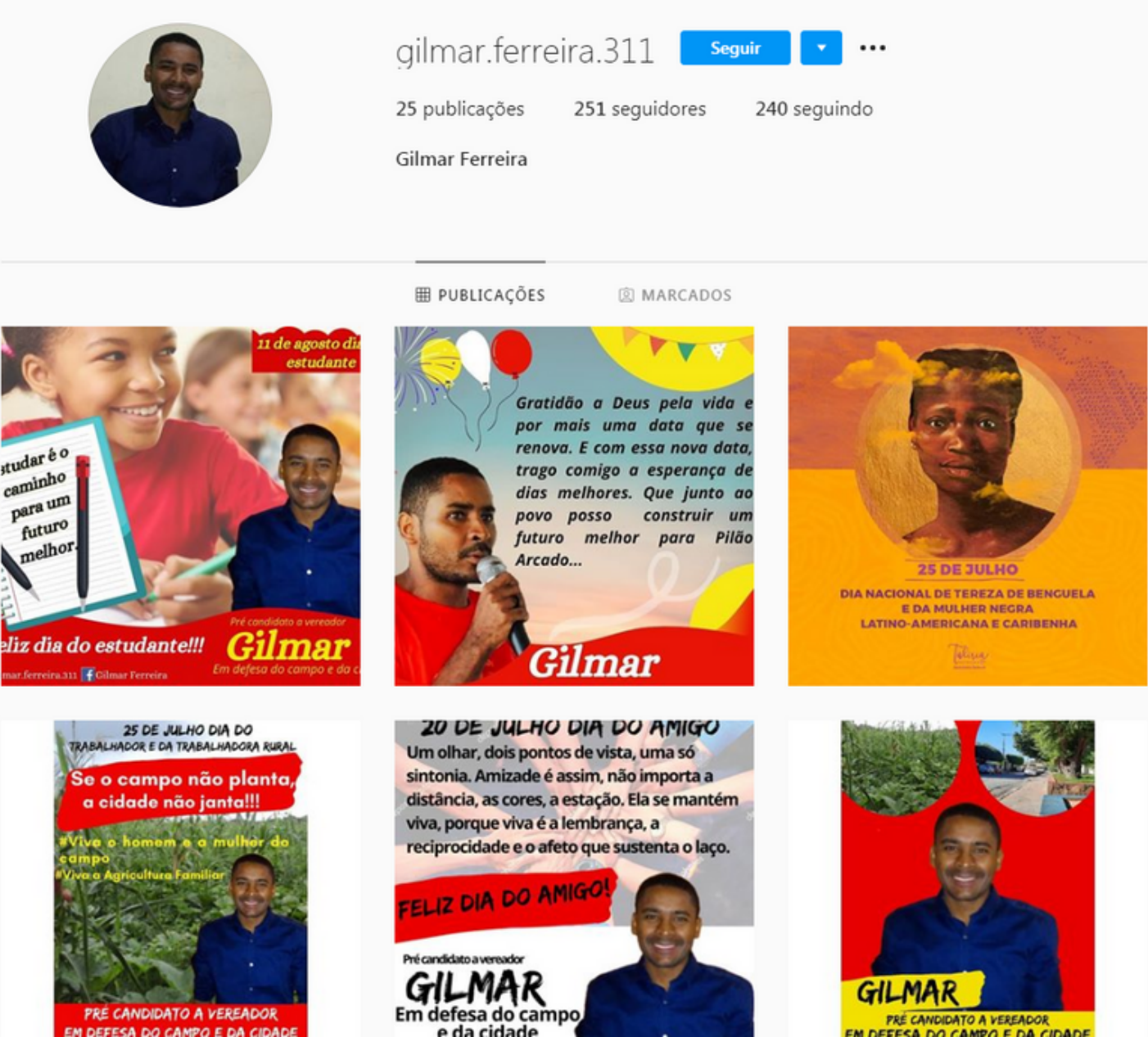


Análise das redes sociais

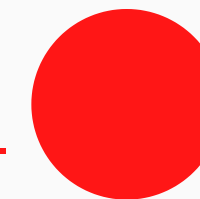


O candidato Gilmar tem uma boa base de conteúdo sobre Agricultura Familiar no Instagram, mas não diversifica suas propostas de campanha e não tem interação com os seguidores/moradores de Pilão Arcado.

Análise das redes sociais

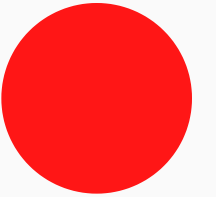


Abranger outros temas no perfil como: Juventude, Direitos da Mulher e Educação Profissionalizante. Incluir uma breve descrição sobre quem ele é. Utilizar os destaques do Instagram como setorização dos assuntos levantados em campanha para que os novos seguidores possam acessar conteúdos mais antigos, mas de relevância dentro da sua candidatura. No Facebook, é necessário utilizá-lo de forma mais ativa e contínua.



Resumo - Comunicação

- Nesta última fase de pré-campanha, o foco das ações de comunicação deve atender aos objetivos:
- Apresentar quem é Gilmar - seus propósitos e filosofia sobre seu papel como vereador.
- Captar lideranças.
- Ampliar número de seguidores nas suas redes sociais.



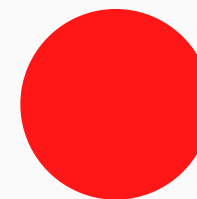
Recomendações

- Ocupar os espaços da mídia junto aos blogs locais e rádios comunitárias da região.
- Fazer uma seleção de paredes estratégicas na cidade para *outdoor* social.
- Produzir vídeos de pessoas da cidade falando do perfil de Gilmar.
- Como Gilmar tem facilidade para se comunicar, importante que este seja porta-voz das suas propostas através de pequenos vídeos.



Planejamento Tático de Mídia





objetivos

-  Trabalhar os principais pontos de contato para garantir cobertura de toda a região de PILÃO ARCADO.
-  Gerar estímulo de conhecimento sobre o candidato e engajamento com a causa.

canais

Disparo WhatsApp

O disparo de WhatsApp está sendo pensado com o intuito de pulverizar ainda mais a mensagem.

Período: 2 disparos no mês.

Estratégia: cobertura.

Base de disparos na cidade: 9.500 números por disparo.

canais

Impulscionamento de redes.



Face/Insta - Atrelado ao conteúdo que estará sendo desenvolvido, fica a sugestão de impulscionamento para garantir maior impacto na mensagem.

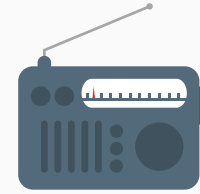
Período sugerido de mídia: 30 dias.

Estratégia: alcance/geolocalização.

YouTube - Importância desse canal como ambiente de depositário de vídeos, no qual os potenciais eleitores poderão conhecer e acompanhar a sua trajetória.

canais

Rádio



Utilização do meio rádio para reforçar ainda mais a cobertura e abrangência da mensagem.

Utilização de rádios que possuem alto índice de audiência como:

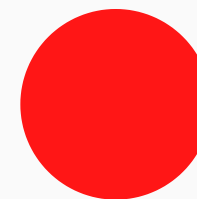
Rádio Cidade Sol (Jequié)

Rádio FM Xique Xique

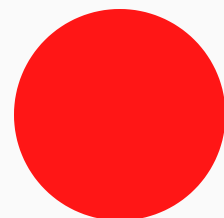
Rádio Tribuna do Vale

Período sugerido: 30 dias.

Estratégia: cobertura.

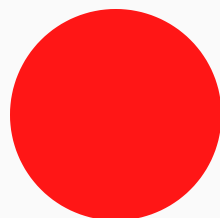


pré-
campanha



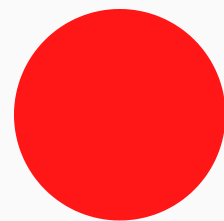
CONCEPT/ASSINATURA YOUTUBE





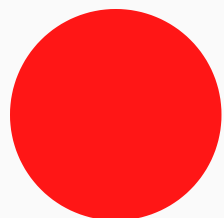
BANNER





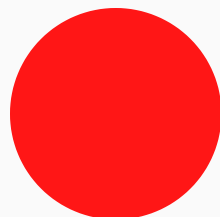
CONCEPT / BANNER VERTICAL





CARD





FACEBOOK



Pelo campo e pela cidade!
PRÉ-CANDIDATO A VEREADOR

Gilmar Ferreira

Linha do tempo

Sobre

Amigos 1769

Fotos

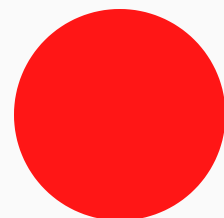
Vídeos

Mais ▾

Adicionar

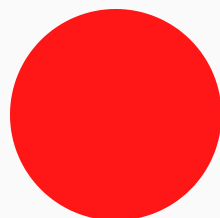
...





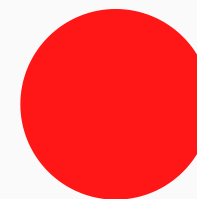
FACEBOOK | AVATAR



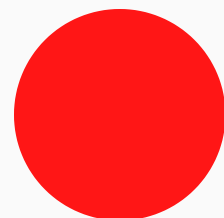


INSTAGRAM



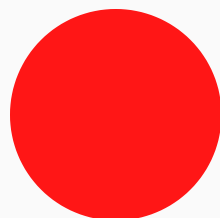


campanha



CONCEPT/ASSINATURA YOUTUBE





CARD

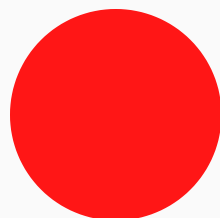
**Pelo campo
e pela cidade!**

15727

**GILMAR
FERREIRA
VEREADOR**

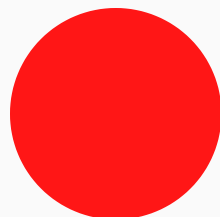
The card features a photograph of a man, Gilmar Ferreira, standing in a field with a sunset in the background. The text is overlaid on the image, with the slogan at the top right, the number 15727 in the bottom left, and the name and title in the bottom right.





BANNER





FACEBOOK



Gilmar Ferreira

[Linha do tempo](#)

[Sobre](#)

[Amigos 1769](#)

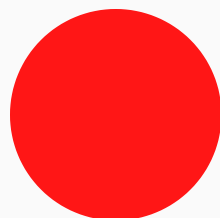
[Fotos](#)

[Vídeos](#)

[Mais ▾](#)

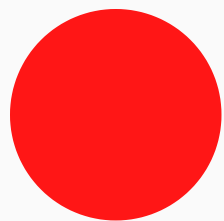
[Adicionar](#)





INSTAGRAM





AVATAR



