



PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

MARCIO LAGO



Vereador Município Manoel Vitorino

SETEMBRO, 2020

Objetivo



Ser eleito vereador de Manoel Vitorino.

Cenário

Manoel Vitorino



- População: 13.087 (IBGE 2020)
- Salário Médio: 2,4 salários mínimos
- Pessoas ocupadas: 7,9%
- 54,6% da população ganha em média $\frac{1}{2}$ salário mínimo
- Católicos: 12.704
- Evangélicos: 1.017
- 12.355: eleitores (total)
- 49,7% de mulheres

Eleições 2016

Prefeito

CANDIDATO	PARTIDO	Nº DE VOTOS	SITUAÇÃO
Heleno Vilar	PSD	55,42%	ELEITO
Robinho	PSL	44,19%	Ñ ELEITO

Vereadores

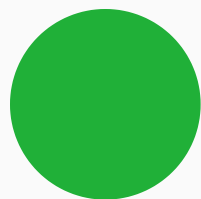
CANDIDATO	PARTIDO	Nº DE VOTOS	SITUAÇÃO
Tôl Caveira	PROS	671	6,54%
Marcelo Vilar	PSD	539	5,26%
Jairo Espirito Santo	PP	530	5,17%
Clotides	PHS	523	5,10%
Ailton Nascimento	PC do B	523	5,10%
Genival	PT	513	5,00%
Olavo Meira	PSL	500	4,88%
Landinho	PTC	494	4,82%
Vinicius Costa	PTC	492	4,80%
Xem	PROS	476	Ñ ELEITO

Eleições 2020

Desafios:

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



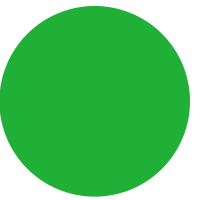


Orientações Estratégicas:

- 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 Marcio Lago.
- 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 e esporte) e nas questões sensíveis a mulher.
- Mesmo diante da pandemia, devemos manter a agressividade das ações presenciais, sempre respeitando o distanciamento e uso de máscara.
- Apoio a maioria de forma estratégica, observando sempre os diálogos e as tendências do eleitorado. Dentro do possível descolar a campanha de Marcio da maioria.

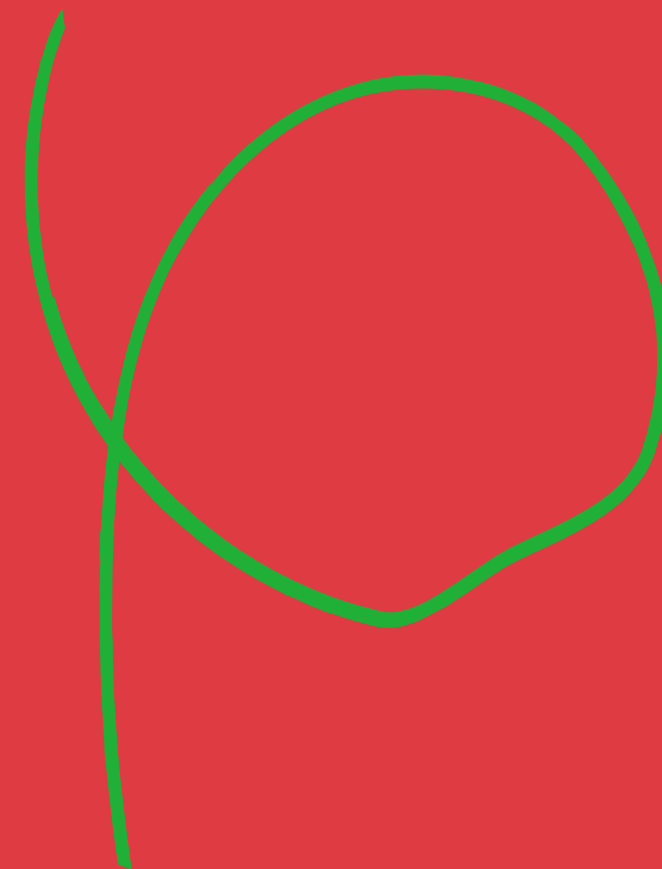
Recomendações

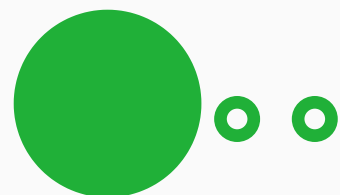
- Montar mapa geopolítico, definindo as lideranças por território (rua, bairro, distrito, povoado).
- **Diálogos Temáticos – Espaço de Escuta;**
 - Produtores Rurais, Juventude, Mulheres, entre outros.
 - Estes miniencontros terão como finalidade a **ESCUTA**.
 - A principal pergunta: **O que eles esperam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





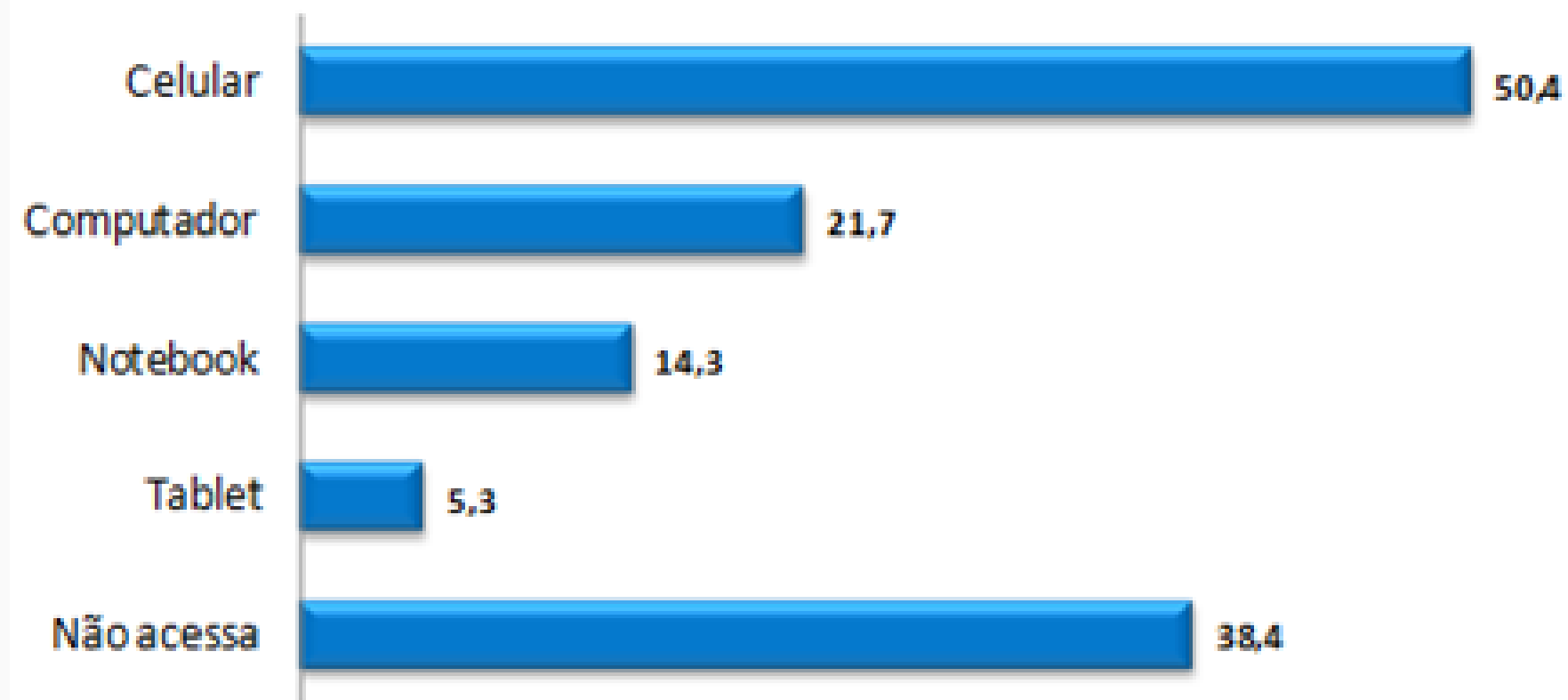
Comunicação



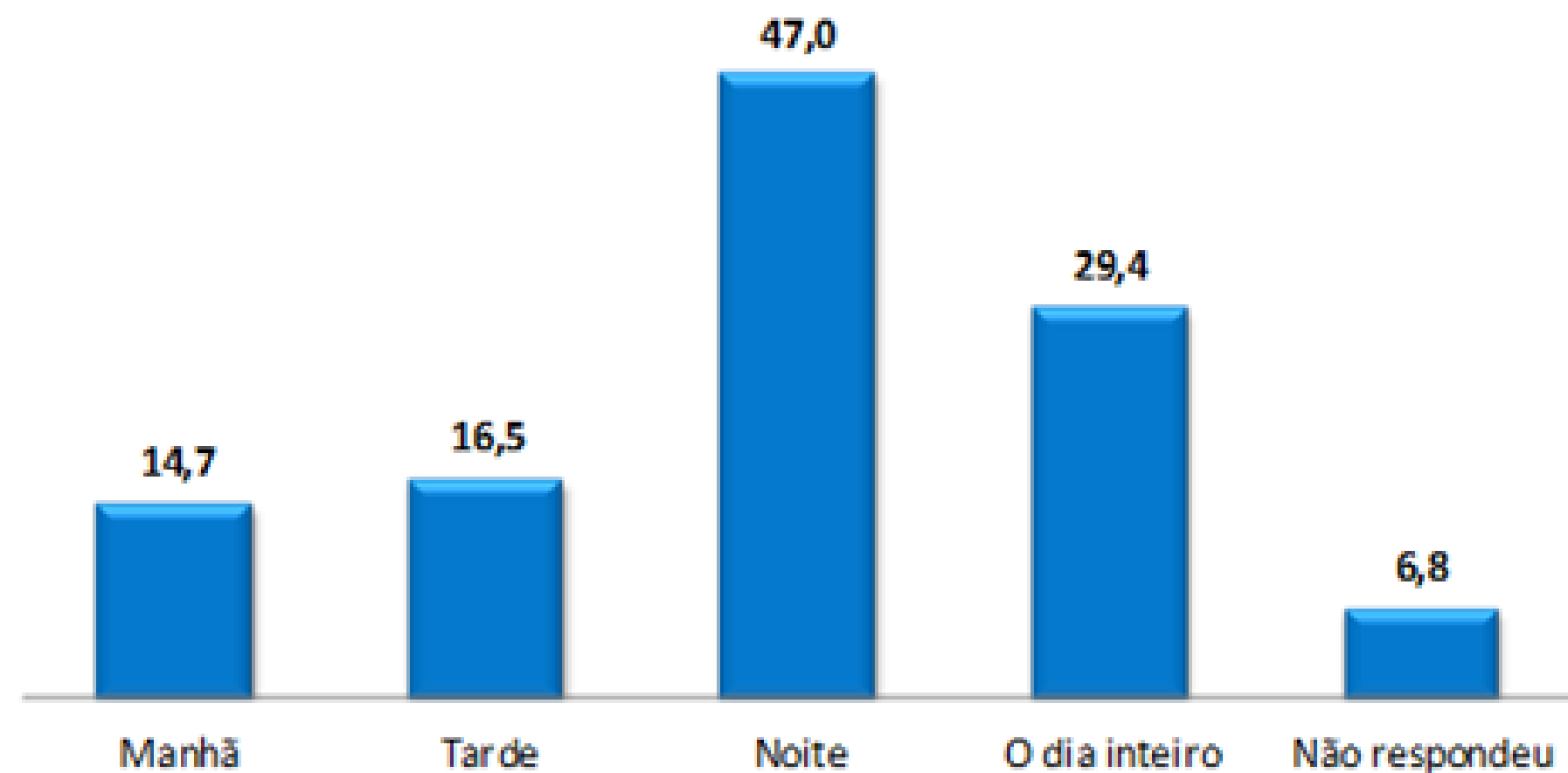


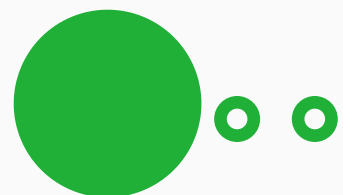
Perfil de consumo da Internet na região.

Plataformas em que costuma acessar a internet (%)



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



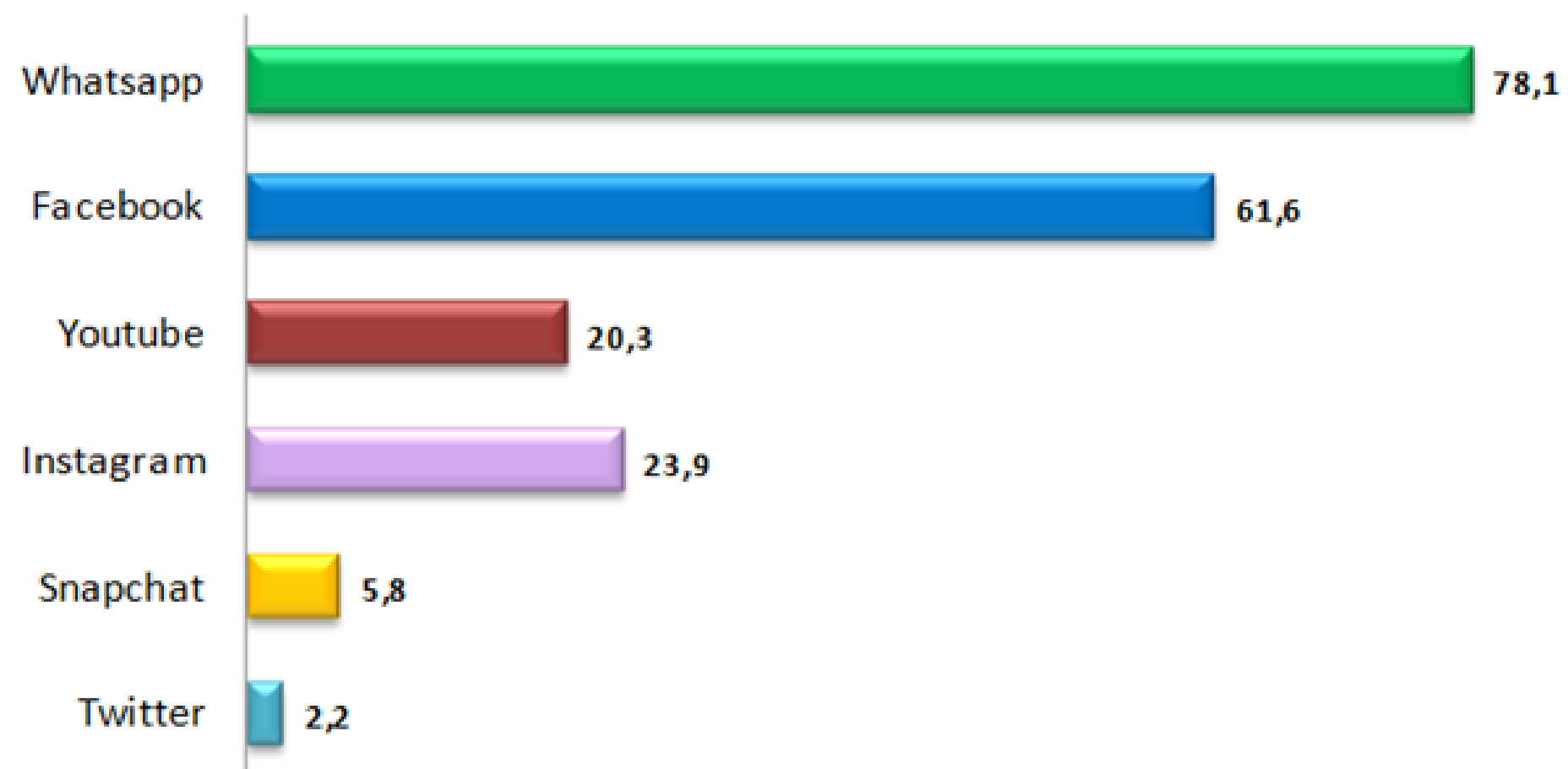


Perfil de consumo da Internet na região.

Lê notícias sobre a cidade na internet



Utilização das Redes Sociais (%)



Análise das redes sociais



O candidato Marcio Lago iniciou de forma interessante sua participação digital, ao convidar para um café, via WhatsApp. Porém a comunicação se torna confusa por não haver uma padronização nos *posts* e nem uma linha de raciocínio sobre as suas propostas.

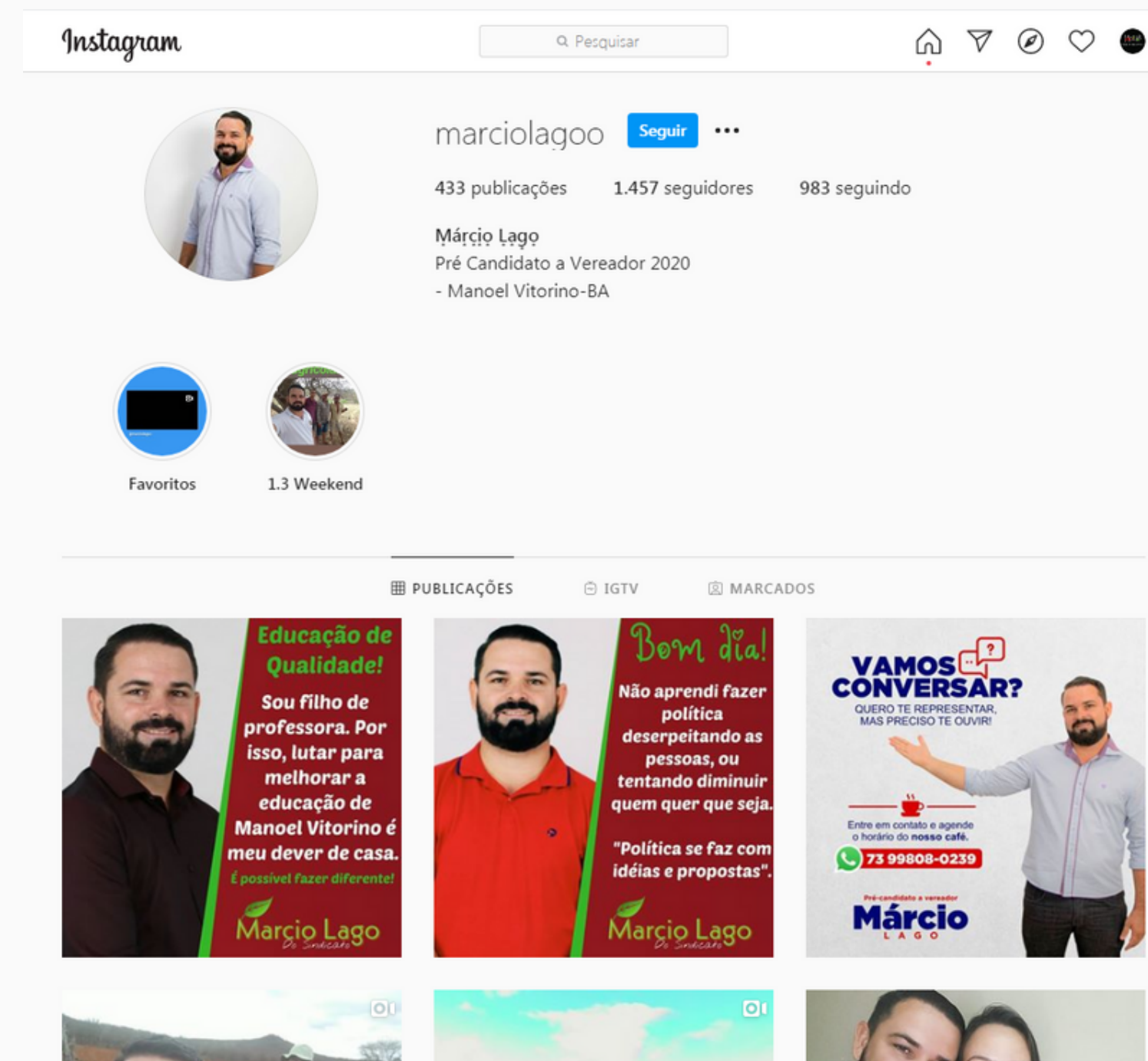


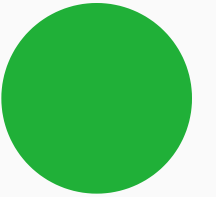


Análise das redes sociais



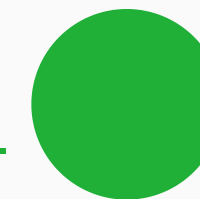
Criar a uniformidade do perfil, deixando-o mais atrativo com a inclusão de uma breve descrição sobre quem ele é. No Instagram, utilizar os destaques, como "Arquivo Vitrine" dos assuntos levantados em campanha, para que os novos seguidores possam acessar conteúdos mais antigos, mas de relevância dentro da sua candidatura.





Resumo - Comunicação

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



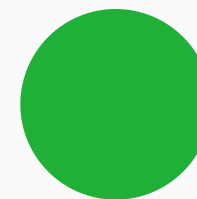
Recomendações

- 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 Marcio.
- Como Marcio 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 MANOEL VITORINO.
-  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: 3.200 números por disparo.

canais

Impulsionamento de redes.



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

Período sugerido de mídia: 30 dias.

Estratégia: alcance/geolocalização.

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

canais

Sites



Necessário reforçar a importância de se trabalhar os sites locais como fomentador de conteúdo.

Criar parcerias de informação, em portais de alta relevância na região.

Sugestão: Jequié e Notícias/Âncora News/Jequié Repórter/Diário em Foco

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 93 FM

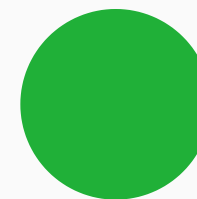
Rádio Jequié FM

Período sugerido: 30 dias.

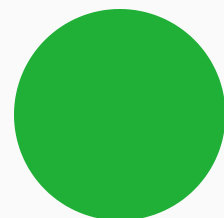
Estratégia: cobertura.

Rádio Poste

O rádio poste entra na tática como reforço da entrega geral, com veiculação dentro de regiões específicas no município.



**pré-
campanha**



CONCEPT/ASSINATURA YOUTUBE

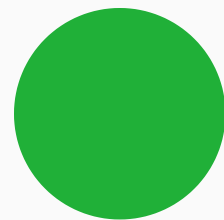


OPÇÃO BG01



OPÇÃO BG02

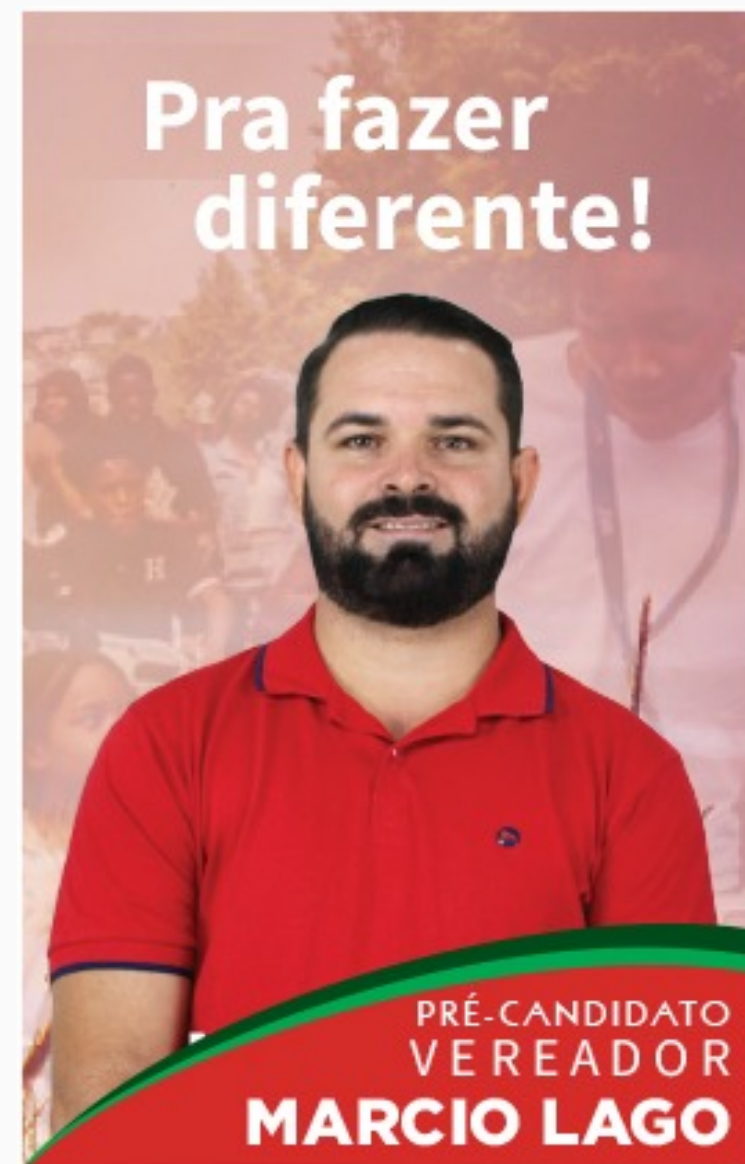




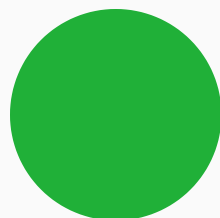
CONCEPT / BANNER VERTICAL



OPÇÃO BG01



OPÇÃO BG02



CARD

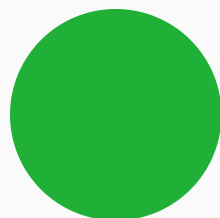


OPÇÃO BG01



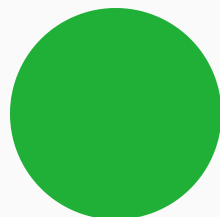
OPÇÃO BG02





BANNER





FACEBOOK

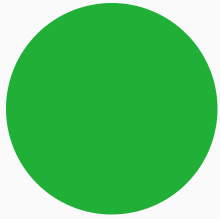
Marcio Lago do Sindicato

@marciolago133 · Comunidade

PRÉ-CANDIDATO
VEREADOR
MARCIO LAGO

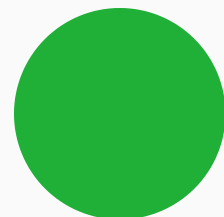
WhatsApp





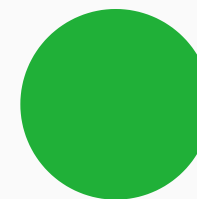
FACEBOOK | AVATAR



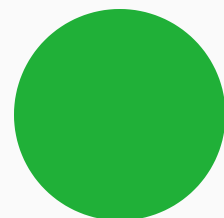


INSTAGRAM





campanha



CONCEPT/ASSINATURA YOUTUBE

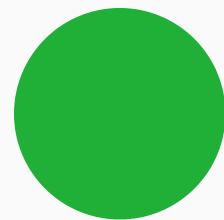


OPÇÃO BG01



OPÇÃO BG02





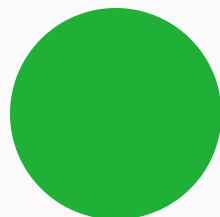
CONCEPT / BANNER VERTICAL



OPÇÃO BG01



OPÇÃO BG02



CARD

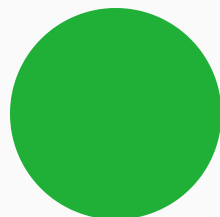


OPÇÃO BG01



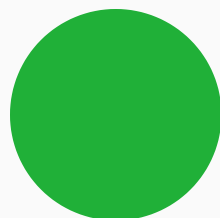
OPÇÃO BG02





BANNER



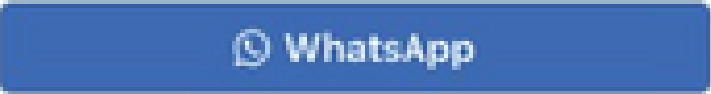


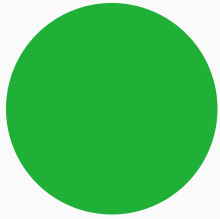
FACEBOOK



Marcio Lago do Sindicato

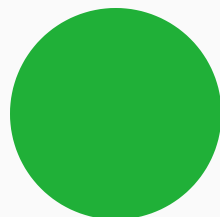
@marciolago133 · Comunidade





FACEBOOK FILTRO





INSTAGRAM



MARCIOLAGOO

Publicações

Seguir

marciolagoo

Catingal, Bahia, Brazil

...

Pra fazer diferente!

11222

MARCIO LAGO

VEREADOR

Curtido por maryspense e outras pessoas

marciolagoo É possível fazer diferente!

Ver 1 comentário

Há 4 dias · Ver tradução

