

DO DIGITAL PARA AS RUAS

PLANEJAMENTO

DE CAMPANHA

ELEITORAL 2018

ESPM // 24 DE FEVEREIRO



USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

COMPREENDER O QUE OS ELEITORES ESTÃO PENSANDO

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

COMPREENDER O QUE OS ELEITORES ESTÃO PENSANDO

MEIOS



Ferramentas de monitoramento (Seekr, Scup, Stilingue);

Pesquisas (formulários on-line);

Anúncios (Facebooks Ads);

Resultados e volume de busca (Google Trends, Google Sugest, Google Adwords, SEMRush);

RESULTADOS ESPERADOS



Sentimento;

Evolução;

Popularidade;

Interesse por temas;

Afinidade por públicos e temas;

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

**ESTABELECEER DIÁLOGO
COM ELEITORES, DE
FORMA SEGMENTADA**

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

ESTABELECEER DIÁLOGO COM ELEITORES, DE FORMA SEGMENTADA

MEIOS



Facebook (Facebook Ads);

E-mail;

WhatsApp;

Landing pages

RESULTADOS ESPERADOS



Engajamento

Afinidade

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

**FORNECER
INFORMAÇÕES
IMPORTANTES QUANDO
ELEITORES BUSCAM**

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

FORNECER INFORMAÇÕES IMPORTANTES QUANDO ELEITORES BUSCAM

MEIOS



Redes sociais (gestão de respostas, chatbot);

Wiki;

Landing pages;

Site da campanha;

WhatsApp (chatbot)

RESULTADOS ESPERADOS



Alcance

Impacto

Formação de opinião

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

PROMOVER OS CONTEÚDOS DO CANDIDATO

PROMOVER OS CONTEÚDOS DO CANDIDATO

MEIOS



Redes sociais (publicações, impulsionamento, chatbot);

E-mail;

WhatsApp (envio; chatbot);

Google (link patrocinado)

RESULTADOS ESPERADOS



Alcance

Impacto

Formação de opinião

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

APROFUNDAR TEMAS ABORDADOS NA CAMPANHA DE RUA OU TELEVISIVA

APROFUNDAR TEMAS ABORDADOS NA CAMPANHA DE RUA OU TELEVISIVA

MEIOS



Site; YouTube; redes sociais (publicações, impulsionamento, chatbot);
E-mail;
WhatsApp (envio; chatbot);
Google (link patrocinado)

RESULTADOS ESPERADOS



Alcance
Impacto
Formação de opinião

A close-up photograph of a person's hands, wearing a red and white plaid shirt, cupping a large pile of gold-colored coins. The background is dark and textured, possibly gravel or sand. The image is framed by a thin white border.

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

ARRECADAR RECURSOS

ARRECADAR RECURSOS

MEIOS



Plataforma própria de arrecadação de doações;

Ferramentas de terceiros homologadas pelo

TSE;

E-commerce próprio;

E-mail; impulsionamento;

WhatsApp

RESULTADOS ESPERADOS



Recursos

Militantes *premium*



USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

MOBILIZAR A MILITÂNCIA

MOBILIZAR A MILITÂNCIA

MEIOS



Aplicativos de engajamento;

E-mail;

WhatsApp;

Anúncios segmentados por lista

RESULTADOS ESPERADOS



Ações de rua;

Eventos;

Alcance;

Impacto;

Formação de opinião;

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

IDENTIFICAR AMEAÇAS E OPORTUNIDADES

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

IDENTIFICAR AMEAÇAS E OPORTUNIDADES

MEIOS



Canais de comunicação receptivos (área de contato do site, inbox de redes, WhatsApp da campanha, aplicativos de engajamento);

Ferramentas de monitoramento (Seekr, Scup, Stilingue); pesquisas (formulários on-line);

Anúncios (Facebooks Ads);

Resultados e volume de busca (Google Trends,

Google Sugest, Google Adwords, SEMRush);

RESULTADOS ESPERADOS



Velocidade na gestão de crise;
produção de conteúdo relevante;

Sinergia com assuntos em
ascensão;

Identificação e aproximação com
influenciadores

USOS DA INTERNET EM CAMPANHAS

GERENCIAR CRISES DE IMAGEM E DESMENTIR BOATOS

GERENCIAR CRISES DE IMAGEM E DESMENTIR BOATOS

MEIOS



Aplicativos de engajamento;

E-mail, WhatsApp;

Anúncios segmentados para públicos afetados;

Landing pages;

YouTube;

Redes sociais;

Site;

Rede de influenciadores

RESULTADOS ESPERADOS



Engajamento

Formação de opinião

Uso	Meios	Resultados esperados
Compreender o que os eleitores estão pensando	Ferramentas de monitoramento (Seekr, Scup, Stilingue); pesquisas (formulários on-line); anúncios (Facebooks Ads); resultados e volume de busca (Google Trends, Google sugest, Google Adwords, SEMRush);	Sentimento; evolução; popularidade; interesse por temas; afinidade por públicos e temas;
Estabelecer diálogo com eleitores, de forma segmentada	Facebook (Facebook Ads); e-mail; WhatsApp; landing pages	Engajamento; afinidade;
Fornecer informações importantes quando eleitores buscam	Redes sociais (gestão de respostas, chatbot); Wiki; landing pages; site da campanha; WhatsApp (chatbot)	Sensibilização (topo do funil); empatia;
Promover os conteúdos do candidato	Redes sociais (publicações, impuscionamento, chatbot); e-mail; WhatAapp (envio; chatbot); Google (link patrocinado)	Alcance, impacto, formação de opinião
Aprofundar temas abordados na campanha de rua ou televisiva	Site; YouTube; redes sociais (publicações, impuscionamento, chatbot); e-mail; YouTube (envio; chatbot); Google (link patrocinado)	Alcance, impacto, formação de opinião
Arrecadar recursos	Plataforma própria de arrecadação de doações; ferramentas de terceiros homologadas pelo TSE; e-commerce próprio; e-mail; impulsionamento; WhatsApp	Recursos; militantes premium
Mobilizar a militância	Aplicativos de engajamento; e-mail; WhatsApp; anúncios segmentados por lista	Ações de rua; eventos; alcance; impacto; formação de opinião;
Identificar ameaças e oportunidades	Canais de comunicação receptivos (área de contato do site, inbox de redes, WhatsApp da campanha, aplicativos de engajamento); ferramentas de monitoramento (Seekr, Scup, Stilingue); pesquisas (formulários on-line); anúncios (Facebooks Ads); resultados e volume de busca (Google Trends, Google sugest, Google Adwords, SEMRush);	Velocidade na gestão de crise; produção de conteúdo relevante; sinergia com assuntos em ascensão; identificação e aproximação com influenciadores
Gerenciar crises de imagem e desmentir boatos	Aplicativos de engajamento; e-mail; WhatsApp; anúncios segmentados para públicos afetados; landing pages; YouTube; redes sociais; site; rede de influenciadores	Engajamento; formação opinião