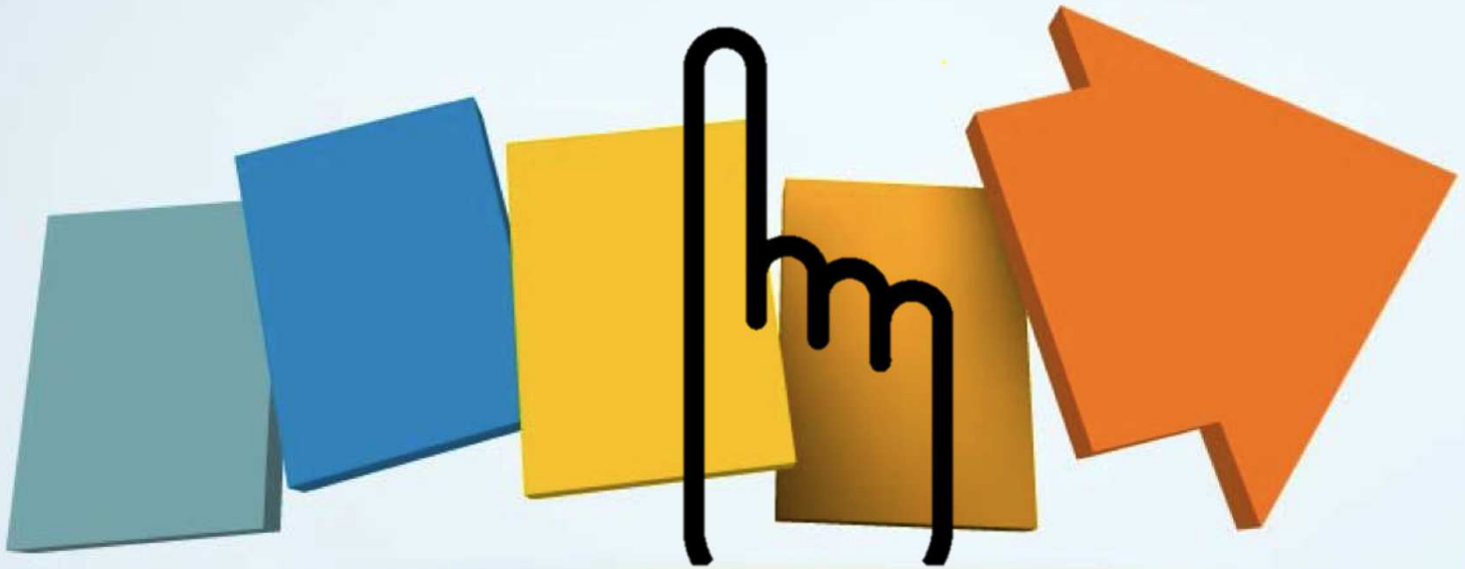
LA ESTRATEGIA ES PARA GANAR



www.gabrielachavez.com

Tareas básicas

1. **Estudios de mercado**
2. **Plan de campaña**
3. **Organización de equipos**
4. **Fundraising**
5. **Plan de gobierno o propuesta de gestión**

Tareas básicas

6 Acciones políticas

7 Equipo de comunicaciones

8 Media training

9 Publicidad y propaganda

10 Movilización

Tareas básicas

11 ***War room***

12 ***Timing* de eventos y *deadline***

13 **Campaña de tierra**

www.gabrielachavez.com

www.gabrielachavez.com

Entrevistas a profundidad

- ✓ **¿Para qué sirven?**
- ✓ **¿Por qué son importantes?**

Identifican habilidades y debilidades propias y del adversario.

El plan de campaña debe…

… ser general.

… quedar por escrito.

… involucrar a todas las áreas.

… plasmar una estrategia básica y sus pautas.

… tener metas medibles.

… identificar el *timing* y la agenda *setting.*

La organización del ejercicio

El fundraising
presupuesto
gastos de campaña, publicidad, prensa y movilización
fondos en efectivo y en materiales útiles
responsables
deben generar compromisos a largo plazo
profesionales especialistas con honorarios prepactados
deben evaluar el código electoral para respetarlo

El plan de gobierno

- ✓ **Fácil de entender y que genere interés en el elector**
- ✓ **El documento oficial presentado a la Oficina Electoral puede ser un boomerang.**
- ✓ **Máximo tres ideas-fuerza (tipo paraguas) que sean reiteradas permanentemente.**

Las acciones políticas

a) **Hacer lo rentable en términos de voto**

b) **Ir donde la masa electoral tenga más potencia (cantidad, calidad y adhesión)**

c) **Expresar la propuesta de acuerdo al target establecido (¿elector femenino, juvenil, obrero, etc?)**

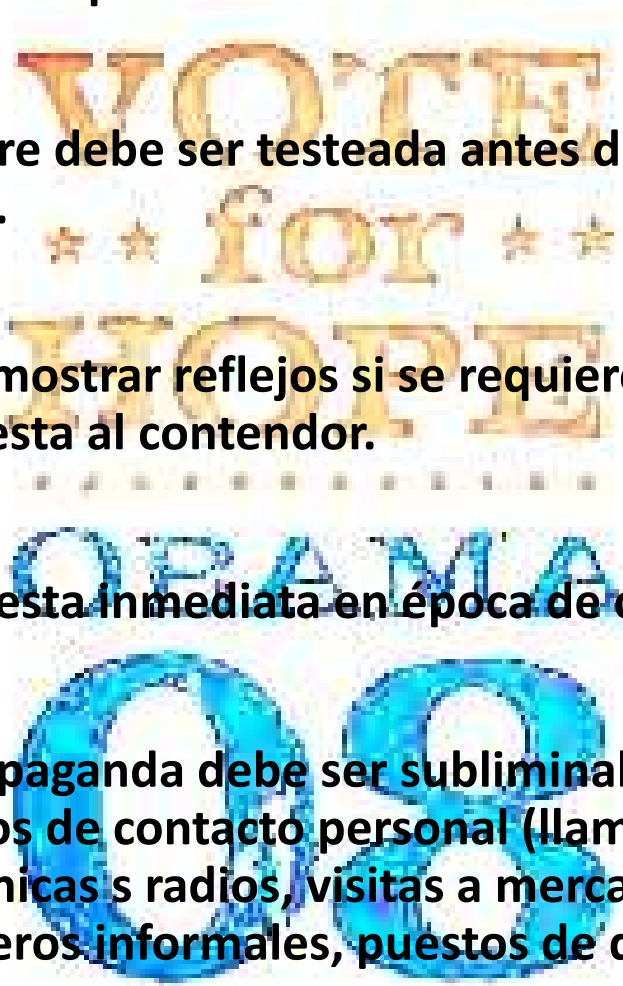
d) **Ejecutar como le gusta a la gente, según sus usos y costumbres (son frecuentes los errores en este punto).**

e) **Hacer oportunamente (el *timing* y la *agenda setting* son básicos para no cometer errores).**

Las comunicaciones

- ✓ **Media training**
- ✓ **Redes sociales**
- ✓ **Prensa**
- ✓ **Publicidad**
- ✓ **Discursos (la necesidad de un speechwriter)**
- ✓ **Preparación de voceros**
- ✓ **Mailing**
- ✓ **Conferencia de prensa**

- ✓ La publicidad debe ser encargada a una agencia especializada.
- ✓ Siempre debe ser testeada antes de lanzarla al aire.
- ✓ Debe mostrar reflejos si se requiere respuesta al contendor.
- ✓ Respuesta inmediata en época de crisis
- ✓ La propaganda debe ser subliminal, en eventos de contacto personal (llamadas teléfonicas s radios, visitas a mercados, paraderos informales, puestos de diarios, etc.)



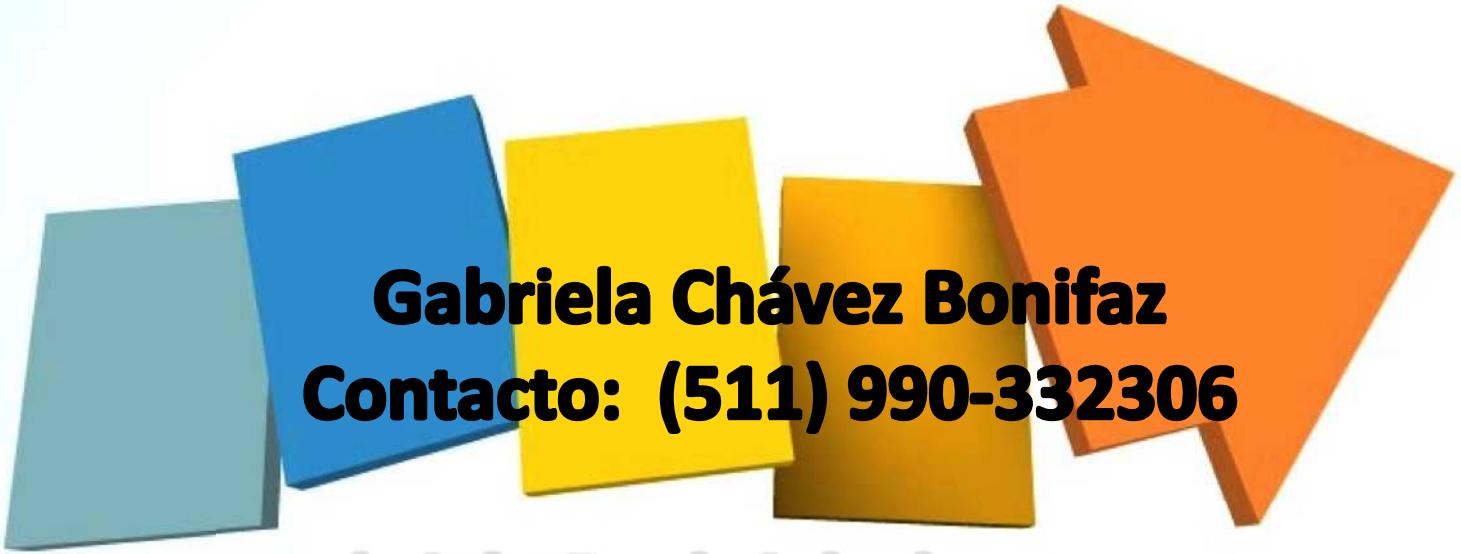
La publicidad y la propaganda

- ✓ **Puede ser física o vía redes.**
- ✓ **Debe involucrar a mucha gente.**
- ✓ **Debe estudiarse lo que la gente espera.**
- ✓ **Debe estar compuesta por marchas, puerteo, volanteo, activaciones e, incluso, llamadas telefónicas con el mensaje electoral del candidato.**

La movilización

www.gabrielachavez.com

¡GRACIAS!



Gabriela Chávez Bonifaz
Contacto: (511) 990-332306

gabriela@gabrielachavez.com