

Diseño del Plan Marketing de una
campaña electoral

¿Qué debe tener
un plan de campaña?

Los presentes en la sala opinan ahora...



Diseño del Plan Marketing de una campaña electoral

ETAPA 1. Diagnóstico de la realidad político Electoral

ETAPA 2. Objetivo de campaña

ETAPA 3. Estrategia de MK de campaña

ETAPA 4. Tácticas de Marketing de campaña





Alfred Binet
1857-1911



La inteligencia es la
habilidad para tomar y
mantener una determinada
dirección, adaptarse a
nuevas situaciones y tener
la habilidad para criticar
los propios actos.



¿Qué es un diagnóstico?

Opinen

1.1 Target electoral VS Buyer/Voter (Comprador votante)

1.2 Target Demográfico

1.3 Estudio cartográfico del área

1.4 Temas relevantes para el elector

1.5 Análisis de la Situación Político- electoral

1.6 Análisis de los Medios de Comunicación

1.7 Análisis de todas las variables internas y externas a la Candidatura

ETAPA 1.
Diagnóstico de la
realidad político electoral
del territorio



El target (Público objetivo) es determinante porque indicará el tipo de personas que va dirigida la Campaña.

1.1 Target electoral

Diagnóstico

Candidata como Producto electoral



Religión Evangélica

Candidata independiente

Programa conservador
pro agenda valórica y
reactivación económica

De status Adquirido.
Meritocrática

Edad 40 años

Profesión Abogado

Nacida en el territorio

Búsqueda inicial

Todo aquel elector que teóricamente le
de valor a nuestra propuesta de
campaña





Diagnóstico

ELECTOR
PROSPECTO



POTENCIAL
VOTANTE

PROPIO

Búsqueda del Potencial adherente, definido a partir su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones.



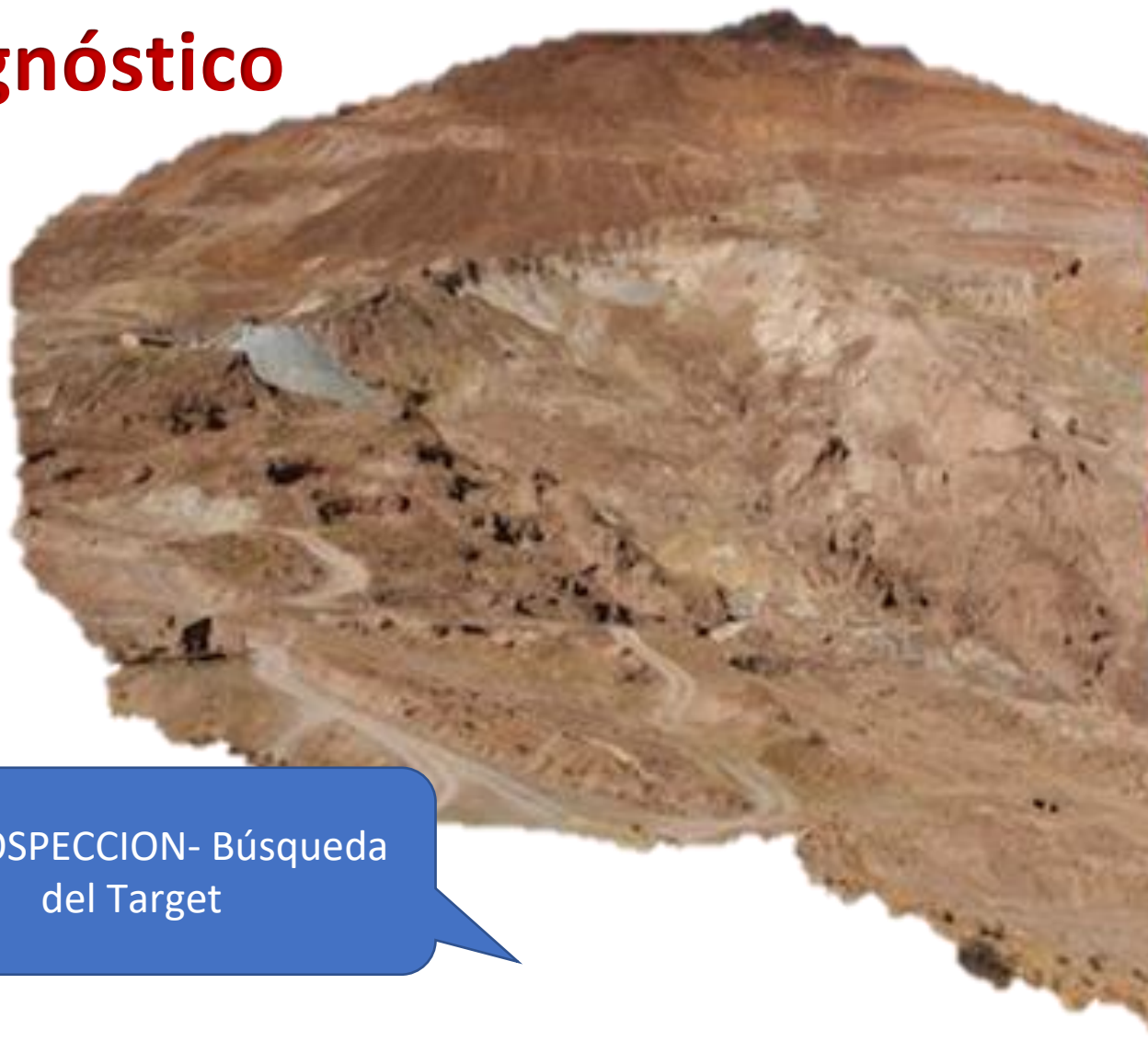
desde estudios de mercado, listados , base de datos, encuestas y análisis exploratorio hasta entrevistas en profundidad.

- Predice el comportamiento electoral
 - Permite segmentar y personalizar la campaña
 - Mide las opiniones sobre problemas que importan,
 - Extrae los gustos e intereses

Comuna/Distrito

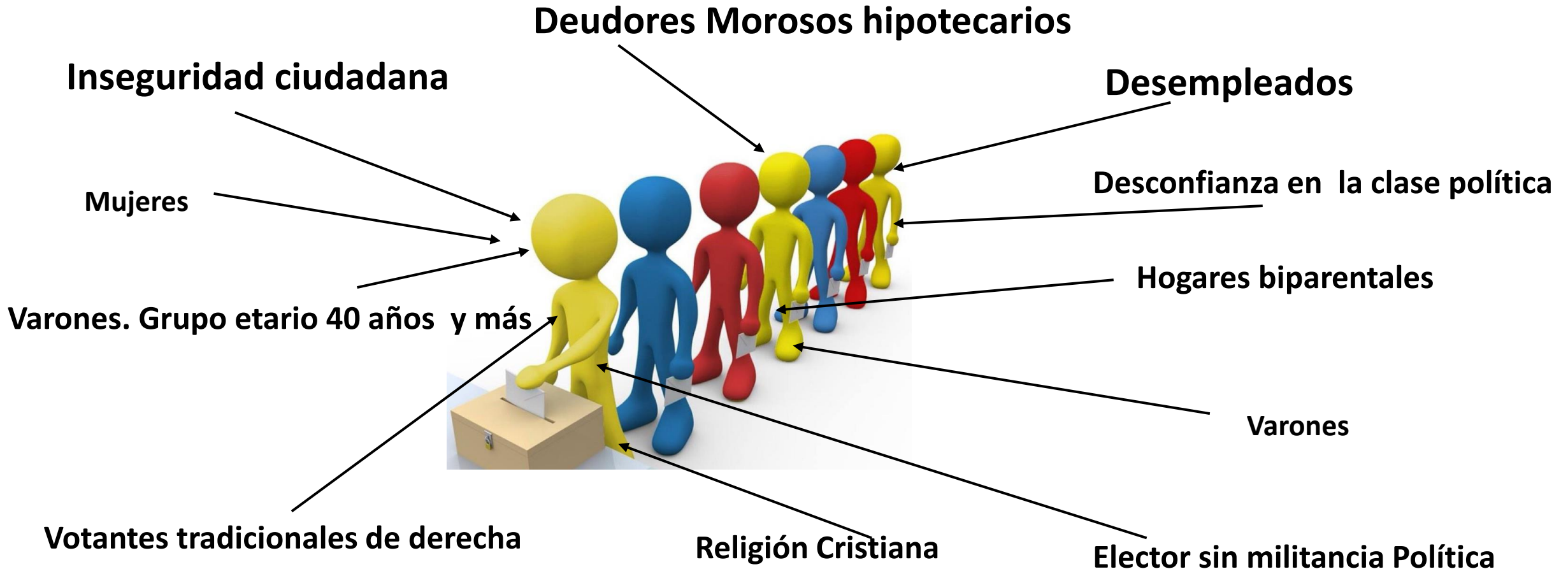
Todo aquel elector que teóricamente le
de valor a nuestra propuesta de
campaña

Diagnóstico



1.- PROSPECCION- Búsqueda
del Target

Características del prospecto



Descubriendo causas

Falta de oportunidades a los jóvenes de la comuna



Centro de Internet estudiantil

Feria de laboral juvenil Emprendedores



Comunidad unida y solidaria ante todo.

Apoyemos a nuestr@s emprendedores locales que se han visto afectados por la pandemia.

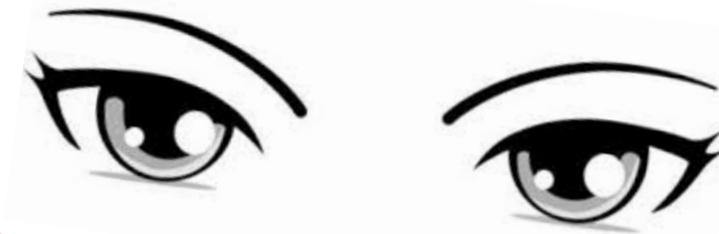
Recuerda usar mascarilla, alcohol gel y mantener distancia física.

Sábado **7** de noviembre 15:00 a 20:00 horas.

Parque Botánico Pucará
Echeñique #4233, Ñuñoa.



Diagnóstico



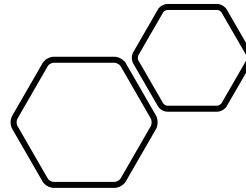
Mirando al prospecto

**Escuela juvenil de conductores
Primera licencia**



www.shutterstock.com · 1196948638

Diagnóstico



Estudio de la población electoral

1.2 Target Demográfico

VOTANTES POR sexo y GRUPOS ETARIOS **Comuna de Peñalolén**
 PLEBISCITO NACIONAL 25 DE OCTUBRE DE 2020



PEÑALOLEN		Jóvenes en edad de educación superior o iniciación laboral							
Sexo	18-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49		
M	2.515	6.746	7.016	6.092	4.971	5.093	6.183		
V	2.367	6.337	6.673	5.603	4.401	4.090	4.958		
		4.882	13.083	13.689	11.695	9.372	9.183	11.141	
SEXO	50-54	55-59	60-64	<= 65 años =13.316				Total	
MUJERES 53,5 %	5.977	5.474	3.916	2.895	2.150	1.359	876	61.263	
HOMBRE 46,5%	5.004	4.586	3.385	2.449	1.810	1.138	639	53.440	
		10.981	10.060	7.301	5.344	3.960	2.497	1.515	114.703

Diagnóstico

7.823 mujeres más

1.4 Temas relevantes y de actualidad para el electorado

<https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/06/Chile-que-Viene-Mayo-2022-Clase-Media.-VF.pdf>



1.4 Temas relevantes de actualidad para el elector



Reforma
Constitucional



Desempleo

Listas de espera
en Salud



Corrupción



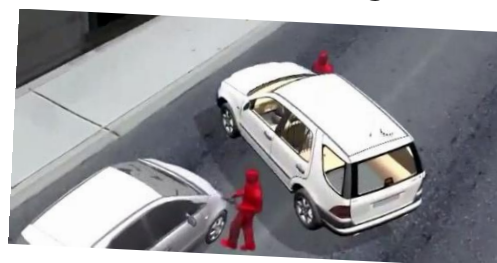
Sexismo



Pensiones
bajas



Portonazos



Inmigrantes



Contaminación



DEJARON DE SER PRIORIDAD



1.4 Temas relevantes y de actualidad para él electorado

POBREZA



Globalización

Educación ético-cívica



Vicente Arnau Ferrer
Mireia Espinós i Arnau
Carlos Muñoz Martí

4º ESO A

EXCLUSIÓN SOCIAL



Educación universitaria
gratuita universal



DEJARON DE SER PRIORIDAD



Simulación ejemplo
Venezolano

1 Descanso,
Vacacionar

2 Estudio-
Capacitación

3 Vivienda

4 Jubilaciones

5 Movilidad
Social

TEMAS QUE SON PRIORIDAD



Simulación ejemplo
Venezolano

1 Ayuda
Humanitaria

2 Seguridad
pública

3 Estar en
familia y/o
sustento

4 Libertad

5
Recuperación
democracia

5 Calidad de
vida

Pirámide de Maslow



1.6 Análisis del Target de los medios de Comunicación

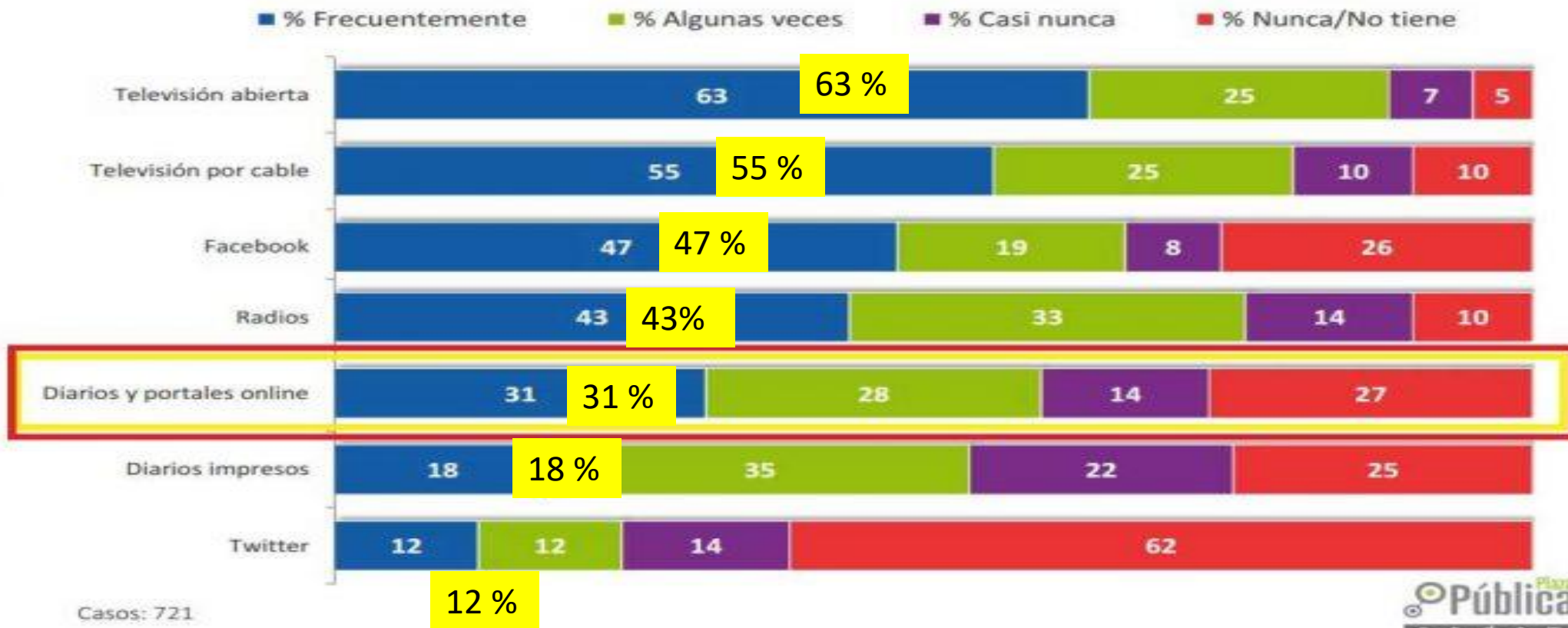
El canal de comunicación de campaña es **aquel** que utiliza el elector (mercado objetivo)



Encuesta CADEM sobre uso de medios de comunicación derrumba mitos: Diarios impresos no son leídos y se consolidan medios digitales. 2017

FRECUENCIA DE USO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

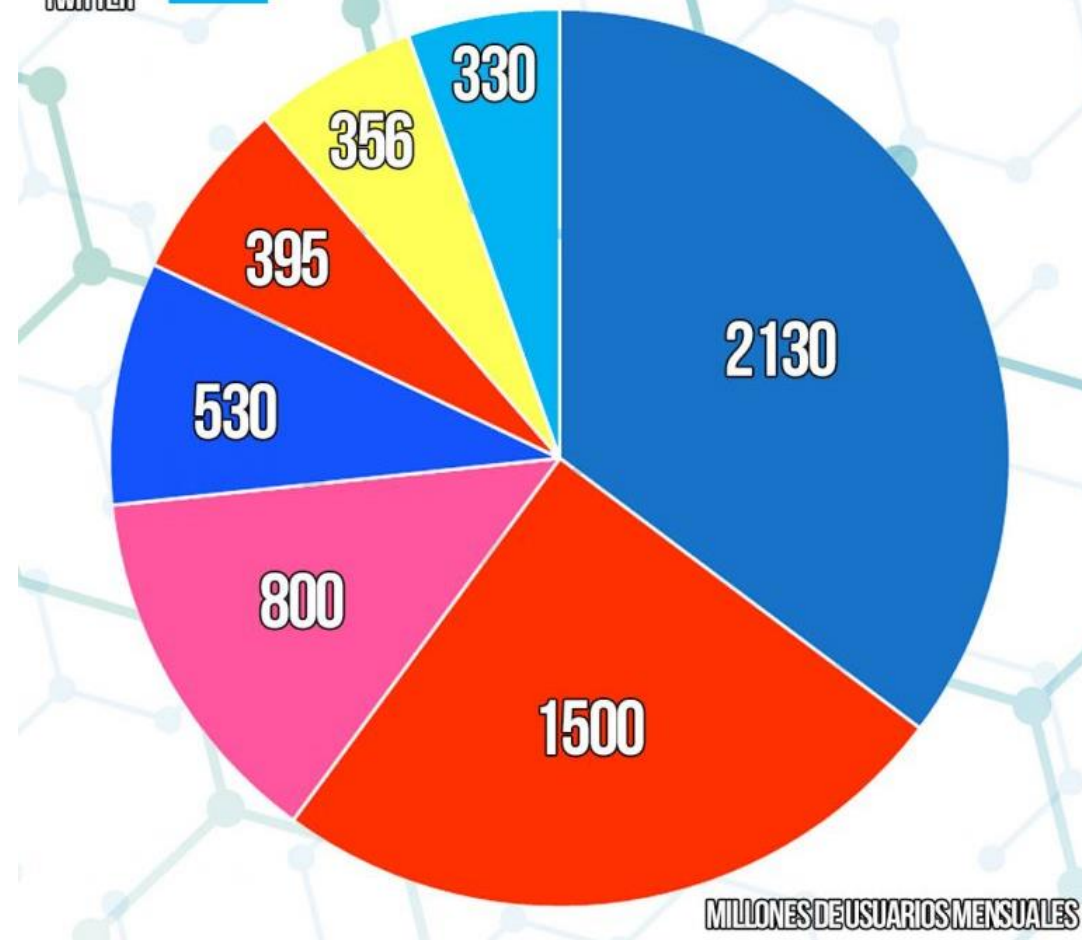
¿Con cuánta frecuencia usas los siguientes medios de comunicación y plataformas para seguir noticias y mantenerte informado...?





PRAXIS
CENTRO DE ESTUDIOS
SOCIALES Y JURÍDICOS

LINKEDIN
GOOGLE+
SNAPCHAT
TWITTER



Facebook, a velocidad de crucero

Facebook aumenta casi otros 300 millones de usuarios para llegar hasta los 2.130 millones de MAU.

En todo el planeta somos, ahora mismo, [7.603 millones de humanos](#). Es decir, **1 de cada 4 humanos se conecta a Facebook cada mes.**

Impresionante.



De **Donald Trump** se ha dicho que montó una campaña presidencial y **ascendió a la Casa Blanca** [a golpe de tuit](#). La verdadera guerra en las redes sociales, sin embargo, [no estuvo en Twitter, sino en Facebook](#).



Youtube, aprovechando el fenómeno ‘Youtuber’



Este año YouTube vuelve a dar un gran subidón, llegando **hasta los 1.500 millones de MAU.**

Instagram, intentado seguir la estela

Instagram sigue con su ritmo de crecimiento, **llegando hasta los 800 millones de MAU**. El año que viene no descartamos que sea la tercera red social en **superar el billón de usuarios mensuales**, que se dice pronto.





LinkedIn, afianzada en la cuarta posición

Los usuarios siguen confiando en LinkedIn como su red social profesional, y supera por primera vez los 500 millones de MAU, 530 concretamente.



Eficiencia en la comunicación

requiere previamente identificar, cuantificar y segmentar targets y con ellos mensajes ad-hoc que comuniquen aquello que realmente sea un factor decisivo para tomar una decisión de voto



La campaña de Donald Trump



Donald Trump tenía identificado el mensaje y había localizado geográficamente los nichos electorales, sabía dónde residían, y con un detallado análisis **big data** de sus hábitos de ocio y en especial de sus consumos televisivos sabía qué series les gustaban y a través de qué canales los visualizaban.

La campaña de Donald Trump

CONOCIMIENTO DEL
ELECTORADO



Oferta de
Valor
diferenciadora

Donald Trump identificó grupos significativos de ciudadanos en estados electoralmente clave, electores que querían que alguien les hablara -y *quizás les diera soluciones, el tiempo lo dirá*- ante el malestar que trae la **globalización** y su externalidad negativa en forma de **deslocalización** empresarial y la destrucción de puestos de trabajo, la falta de perspectivas económicas, junto al estímulo del orgullo patrio y el rechazo a la inmigración. Y a la vez, **Hillary Clinton** para estos electores representaba el *stablismment* y la **globalización** que tanto rechazan estos electores, numéricamente cuantificados como relevantes.

Las aplicaciones más populares en Chile

Porcentaje de usuarios que tienen y utilizan estas plataformas

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%





Subtel: el 87,4% de los hogares en Chile tiene acceso a Internet



- Pese a que esta cifra mejoró en relación a la encuesta anterior, las autoridades señalan que es necesario seguir trabajando para reducir la brecha digital. Los celulares se consolidan como el dispositivo más utilizado para acceder al servicio.

Las 4 redes sociales en Venezuela con mayor influencia



Hoy en día, las redes sociales en Venezuela que poseen mayor influencia forman parte de un recurso diario de todos los usuarios, conectándose entre sí, vinculándose de forma directa e indirecta, convirtiendo a Venezuela en uno de los países con mayor dominio de redes en el mercado

Importancia de las redes sociales y situación política venezolana



Las redes sociales son alternativa a la censura en Venezuela

Venezuela: Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000)

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Venezuela Visitantes

Edad 15+ Hogar/Trabajo



comSCORE

A lo largo de las últimas dos décadas, la situación política ha ocasionado graves daños a la plataforma de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios de Venezuela