

Planejamento de **CAMPANHA ELEITORAL 2022**



ksulo
Publicidade

ESTÁGIOS DA CAMPANHA

AS ETAPAS

PESQUISA

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

PREPARAÇÃO

OPERAÇÃO

ENCERRAMENTO



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

SWOT

Levantamento das informações iniciais do cliente e seu cenário

CONTEÚDO

Planejamento da estrutura de conteúdo da campanha

PREMISSAS

Definição dos fatores associados ao projeto da candidatura

FLUXOGRAMA

Definição do fluxo de operação das diversas áreas da campanha digital

ESTRATÉGIAS

Detalhamento do plano tático: estratégias, ações e cronograma

EQUIPE

Definição de perfis, organograma e funções das equipes





SWOT



SWOT

AJUDA



SWOT



SWOT

AMBIENTE INTERNO



SWOT

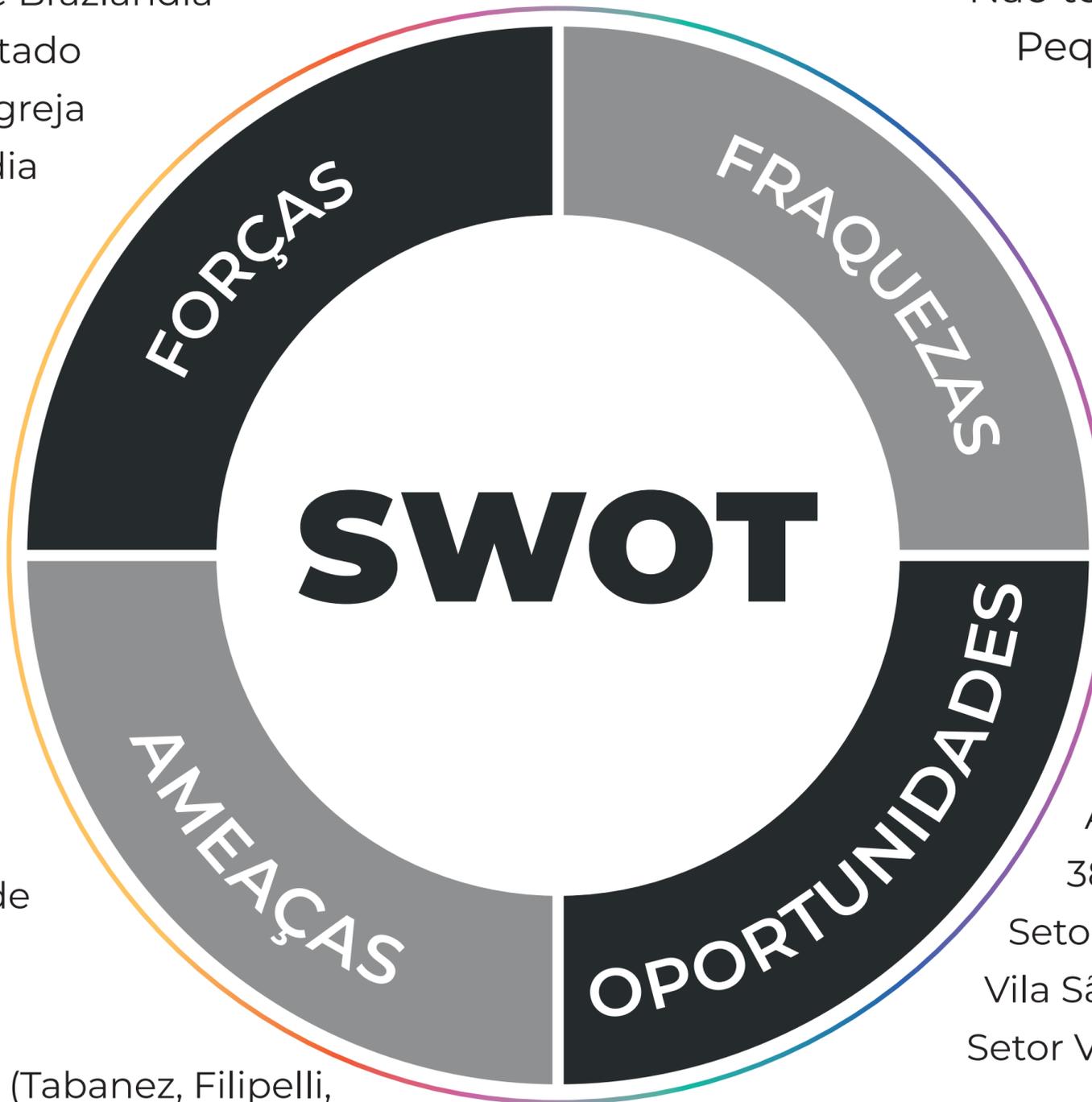


SWOT



Apoio do Ibaneis
 Muitas realizações importantes como deputado distrital
 Secretaria extraordinária de Pessoa Com Deficiência
 Apoio da Administração de Brazlândia
 13º deputado mais bem votado
 Evangélico com apoio da Igreja
 Administração de Brazlândia
 Conhece Brazlândia
 Colaboradores indicados
 Determinado
 Eleitorado evangélico
 Homem de fé
 Boa imagem

Fake news
 Suposto pagamento de salários, Zé do Gás
 Ameaça de exploração das vulnerabilidades
 Vários Candidatos na cidade com carro de som batendo no Deputado
 Candidatos da Cidade
 Disputa interna no partido (Tabanez, Filipelli, Jordenes, Dirsomar, Vei da T2, Wellington Luiz, Cristiano Araújo)



Vários Candidatos em Brazlândia
 Disputa acirrada no partido MDB
 Carro de som limitado (Lei Eleitoral)
 Não tem muitos eleitores jovens
 Pequeno eleitorado Feminino
 Poucos eleitores católicos

Hermeto enfraquecido
 Momento político favorável
 1500 carros com perfurado
 Boa avaliação da Administração de Brazlândia
 38% do eleitorado se mantêm
 Setor Norte - 30% sem candidato
 Vila São José - 30% sem candidato
 Setor Veredas - 58% sem candidato
 Momento político favorável
 Desenvolvimento em conjunto com o governador Ibaneis





PREMISSAS

PREMISSAS

OBJETIVO

VERBA

PLEITO

CENÁRIO POLÍTICO

**CONDIÇÕES DA
CANDIDATURA**

**DIAGNÓSTICO
DA PESQUISA**





OBJETIVO

25 mil votos

CONDIÇÕES

Eleição pelo
MDB - DF

DIAGNÓSTICO

Boa imagem,
conta com a força da
igreja evangélica, tem
base eleitoral forte em
Brazlândia, Criação da
Secretaria de Pessoa
com Deficiência,
equipe forte.

PLEITO

Deputado Distrital

CENÁRIO

Disputa forte dentro do partido,
adversários atuando
dentro de Brazlândia.





Detalhamento do plano tático: estratégias, ações e cronograma

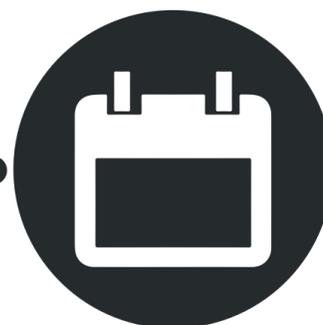


ESTRATÉGIAS

ESTRATÉGIAS



AÇÕES



CRONOGRAMA



ksulo
Publicidade

ESTRATÉGIAS

PLANO DE AÇÃO

5W2H



O QUE?
POR QUE?
COMO?
QUANDO?
ONDE?
QUEM?
QUANTO?

MÉTRICAS



NÚMERO DE PESSOAS IMPACTADAS

NÚMERO DE VISITANTES RECORRENTES

CRESCIMENTO ÔRGANICO DE FÃS

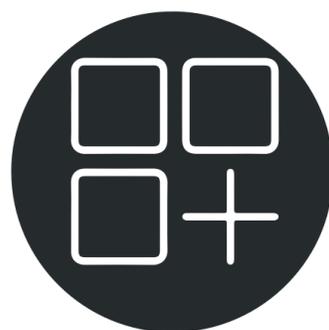
VOLUME DE MENÇÕES EM REDES (...)



ESTRATÉGIAS



CONSTRUIR
REPUTAÇÃO
NO GOOGLE



FORTALECER
PRESENÇA EM
REDES SOCIAIS



INSTITUIR
RELACIONAMENTO
COM SEGMENTOS



GERAR
MOBILIZAÇÃO DE
PÚBLICOS ALVO



ESTRATÉGIA #1

CONSTRUIR REPUTAÇÃO NO GOOGLE

Fazer um site WP

Republicar conteúdo com SEO
Treinar equipe para produção de
conteúdo web

Produzir conteúdo regular 3 a 5 pautas
(otimizado para indexação)

Construir do acervo multimídia

Construir do acervo de notícias

Planejar conteúdo (local 40% , regional 20%,
político 10%, temático 30%)

Publicar releases (DINO/Assessoria de
imprensa)

ESTRATÉGIA #2

FORTALECER PRESENÇA EM REDES SOCIAIS

Atualizar Facebook diariamente de acordo
com planejamento de conteúdo

Estabelecer rotina de gestão de respostas

Criar manual da marca (definição de logo,
fontes, cores, fotos de trabalho)

Fazer rotina de vídeos semanal

Fazer disseminação em grupos de interesse

Convidar influenciadores para encontros
virtuais e presenciais

Treinar equipe para live
(roteiro, equipamento, mecânica)

Impulsionamento e montagem de rede
conectada



ESTRATÉGIA #3

INSTITUIR RELACIONAMENTO COM SEGMENTOS

Realizar disparos de WhatsApp
(listas de transmissão)

Criar landing pages para mobilização
(ex.: e-book: Pessoas com Deficiência,
Brazlândia que queremos)

Fazer anúncios segmentados baseados
em conteúdo

Fazer ações e coleta de assinatura
presencial com dados de contato

ESTRATÉGIA #4

GERAR MOBILIZAÇÃO DE PÚBLICOS ALVO

Cadastrar e higienizar base

Estruturar área de cadastramento on-line
(site, redes, WhatsApp)

Estruturar rotina de cadastramento digital
de captura off-line

Disseminar landing pages temáticas em
grupos, e-mail e WhatsApp

Organizar reunião de treinamento de
militância



ESTRUTURAR ROTINA DE CADASTRAMENTO DIGITAL DE CAPTURA off-line

5W2H

O QUE?

Transformar cadastros
preenchidos em papel
em mailing digital

POR QUE?

Para facilitar importação dos
dados na ferramenta de disparo
de e-mail e também importação
dos contatos no WhatsApp

COMO?

Desenvolver formulário on-line
com os mesmos campos do
formulário em papel.
Organizar mutirão de funcionários
para digitação dos formulários.

QUANDO?

Escritório político

ONDE?

Quando 5 de agosto a 2 de outubro

QUEM?

Equipe de comunicação
digital e funcionários
do escritório político

QUANTO?

Sem custo adicional.
Usar ferramenta gratuita
de formulários do Google.



ESTRATÉGIAS

CRONOGRAMA

**DETALHAMENTO
ATÉ AS AÇÕES**

DIÁRIO

SEMANAL





CONTEÚDO

CONTEÚDO

TEMAS

HASHTAGS

FORMATOS

FREQUÊNCIA

IMAGEM ALVO

STORYTELLING

**CRONOGRAMA DE
PUBLICAÇÕES**





FLUXOGRAMA

CONTEÚDO

PESQUISA

PRODUÇÃO

REVISÃO

PUBLICAÇÃO

DISSEMINAÇÃO

MONITORAMENTO

Palavras-chave
Temas
Influenciadores
Canais

Texto
Áudio
Vídeo
Foto

Ortografia
Links
Informações
SEO

Redes sociais
Site
Landing Pages
Canal de militância

E-mail
WhatsApp
Impulscionamento
Seeding

Ferramentas
de análise

Analista de
pesquisa
Estrategista
Coordenador

Redator
publicitário
Diretor de arte
Fotógrafo
Editor
Cinegrafista
Jornalista

Jornalista
Analista
de SEO

Analista de
relacionamento
Jornalista

Analista de
relacionamento
Analista de CRM

Analista de
monitoramento



FLUXOGRAMA

PUBLICIDADE

PLANEJAMENTO

PLANO DE MÍDIA

ANÚNCIOS

PUBLICAÇÃO DA CAMPANHA

ANÁLISE

Objetivo macro
Públicos
Temas
Períodos

Verba
Formatos
Objetivo
Período de veiculação
Públicos

Segmentação para públicos
Peças
Textos
Call to actions
Hashtags
Links

Facebook
Instagram
Google

Relatórios
Otimização

Analista de mídia
Estrategista
Redator publicitário
Analista de monitoramento
Analista de pesquisa

Analista de mídia

Analista de mídia
Redator publicitário
Designer
Diretor de arte
Editor de vídeo

Analista de mídia

Analista de mídia
Analista de monitoramento
Analista de CRM



FLUXOGRAMA

MOBILIZAÇÃO

FONTE

NECESSIDADE

CONTEÚDO

ATIVACÃO

Alerta do monitoramento
Demanda da comunicação
Receptivo da militância

Eventos presenciais
Eventos on-line
Captação de doações
Venda de produtos
Conversão para votos

VER FLUXO DE CONTEÚDO

WhatsApp
E-mail
Ferramenta de mobilização
Canais

Analista de monitoramento
Estrategista
Militância

Estrategista

VER FLUXO DE CONTEÚDO

Analista de relacionamento
Analista de CRM



Planejamento de mídia - campanha disque remédios

Pesquisar na Planilha Compartilhar

Página Inicial Inserir Layout da Página Fórmulas Dados Revisão Exibir

Normal Layout de Página Exibições Personalizadas

Régua Linhas de Grade Títulos

Zoom 110% Aplicar Zoom de 100%

Congelar Painéis Congelar Linha Superior Congelar Primeira Coluna Dividir Exibir Macros Gravar Macro

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	Objetivo de campanha	% verba total	Investimento	Data	Nome público	Investimento	Segmentação / Conjuntos de anúncios	Idade	Direcionamento detalhado	Exclusão	Carrossel	Peças Vídeo	Cards
1					Evangélicos	R\$ 3.750,00	Moram ZN, ZO	18 - 65	Evangélicos (igrejas, pastores,	Eduardo Paes	x	x	x
2					Não-Evangélicos	R\$ 3.750,00	Moram ZN, ZO	18 - 65		Evangélicos, I	x	x	x
3					Com filhos	R\$ 3.750,00	Moram ZN, ZO	18 - 45	Pessoas com filhos	Eduardo Paes	x	x	x
4	Engajamento	10%	R\$ 15.000,00	14/02 a 21/02	Imediações de hospitais	R\$ 3.750,00	Localização recente, 1km Hospitais Municip	18 - 65+	Evangélicos (igrejas, pastores,	Eduardo Paes	-	x	-
5					Evangélicos	R\$ 15.000,00	Moram ZN, ZO	18 - 65		Evangélicos, I	-	x	-
6					Não-Evangélicos	R\$ 15.000,00	Moram ZN, ZO	18 - 45	Pessoas com filhos	Eduardo Paes	-	x	-
7					Com filhos	R\$ 15.000,00	Moram ZN, ZO	18 - 65+	Evangélicos (igrejas, pastores,	Eduardo Paes	x	-	x
8	Visualização no vídeo	40%	R\$ 60.000,00	21/02 a 28/02	Imediações de hospitais	R\$ 15.000,00	Localização recente, 1km Hospitais Municip	18 - 65		Evangélicos, I	x	-	x
9					Evangélicos	R\$ 18.750,00	Moram ZN, ZO	18 - 65	Pessoas com filhos	Eduardo Paes	x	-	x
10					Não-Evangélicos	R\$ 18.750,00	Moram ZN, ZO	18 - 45		Evangélicos, I	x	-	x
11					Com filhos	R\$ 18.750,00	Moram ZN, ZO	18 - 65+	Evangélicos (igrejas, pastores,	Eduardo Paes	x	-	x
12	Alcance	50%	R\$ 75.000,00	21/02 a 28/02	Imediações de hospitais	R\$ 18.750,00	Localização recente, 1km Hospitais Municip	18 - 65+		Eduardo Paes	x	-	x
13													
14													
15													
16													
17	Outras informações												
18													
19		Verba											
20		R\$	150.000,00										
21													

Horários das 05h as 23h

FLUXOGRAMA

MONITORAMENTO

DEFINIÇÃO DO OBJETIVO

DEFINIÇÃO DE TERMOS E CANAIS

DEFINIÇÃO DAS MÉTRICAS

SETUP DA FERRAMENTA

OPERAÇÃO

Prevenção de crises
Mensuração de impactos
Evolução de crises
Demanda por assuntos

Canais a monitorar
Palavraschave relacionadas

Likes, compartilhamentos e comentários
Cliques Acessos
Downloads
Visualizações
Quantidade de menções
Abertura de e-mail

Ferramentas de monitoramento
Facebook Insights
Google Analytics
Ferramentas de envio de e-mail
Ferramenta de mobilização

Análise diária
Análise por período
Envio de relatórios
Envio de alertas

Analista de monitoramento
Estrategista

Analista de monitoramento

Analista de monitoramento

Analista de monitoramento

Analista de monitoramento
Redator
Designer





Definição de perfis,
organograma e
funções das equipes



EQUIPE

ORGANOGRAMA

ESTRATEGISTA

ESTRATEGISTA

**COORDENADOR
DE CRIAÇÃO**

**COORDENADOR DE
RELACIONAMENTO**

**COORDENADOR DE
MONITORAMENTO E
CRISES**

**COORDENADOR
DE TECNOLOGIA**

**COORDENADOR
DE MÍDIA**

**COORDENADOR
DE MOBILIZAÇÃO**

REDATORES

**ANALISTAS DE
RELACIONAMENTO**

**ANALISTAS DE
MONITORAMENTO**

PROGRAMADORES

**ANALISTAS DE
MÍDIA ON-LINE**

ON-LINE CRM

DESIGNERS

**PRODUTORES
DE VÍDEO**



EQUIPE

PERFIS E FUNÇÕES

CARGO	PRINCIPAL CARACTERÍSTICA	PRINCIPAL FUNÇÃO	REMUNERAÇÃO MÉDIA*
Estrategista/consultor	Visão holística	Planejamento	
Coordenador/Gerente	Organização	Acompanhar desempenho	
Redator	Entender de política	Produzir conteúdo	
Abelha	Agilidade	Captar e editar vídeos	
Gerente de redes	Pragmático	Ativação de redes e militância	
Analista de relacionamento	Comunicativo	Gestão de respostas	
Auxiliar	Flexível	Apoiar outras áreas	
CRM	Disciplina	Tratamento de mailing e disparos	
Webdesigner	Senso estético	Produzir peças	
Analista de pesquisa	Concentração	Pesquisas base para outras áreas	
Analista de monitoramento	Boa interpretação	Monitorar	



#NOME?	Fortalecer Presença nas Redes Sociais																																						
	Agosto															Setembro															Setembro		outubro						
Ojetivos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	30	1	2		
Produzir conteúdo ideológico																																							
Capacitar profissionais																																							
Fazer um canal do Youtuber																																							
Realizar pesquisa de afinidade dos publicos nas redes																																							
Campanha de cadastramento de militância																																							

#NOME?	Fortalecer Presença nas Redes Sociais																																							
	Agosto															Setembro															Setembro		outubro							
Ojetivos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	30	1	2		
Santinho																																								
Colinha																																								
Melequinha (boton)																																								
Perfurado																																								
Adesivo de Para-choque																																								
Bola de capus de carro																																								
Bandeira																																								
Santinho Virtual																																								
Proposta virtual																																								
Cartão virtual																																								
Colinha virtual																																								

#NOME?	Fortalecer Presença nas Redes Sociais																																													
	Agosto															Setembro															Setembro		outubro		Valores											
Ojetivos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	30	1	2							
Evangélicos Dark Poster																																										R\$ 11.400,00	114	#####		
Jovens de 16 a 24 Anos Dark Poster																																											R\$ 3.420,00	114	#####	
Pessoas de 25 a 35 anos Dark Poster																																											R\$ 3.420,00	114	#####	
Catolicos Dark Poster																																											R\$ 3.420,00	114	#####	
Busca de palavra chave no Google																																											R\$ 5.700,00	114	#####	
Poster para Mulheres																																											R\$ 5.700,00	114	#####	
Pessoas com Deficiência																																											R\$ 5.700,00	114	#####	
Youtube (cinco vídeos por dia)																																											R\$ 11.400,00	114	#####	
Poster Diário																																												R\$ 13.680,00	114	#####
Para Brazlândia																																												R\$ 11.400,00	114	#####
																																												R\$ 75.240,00		

