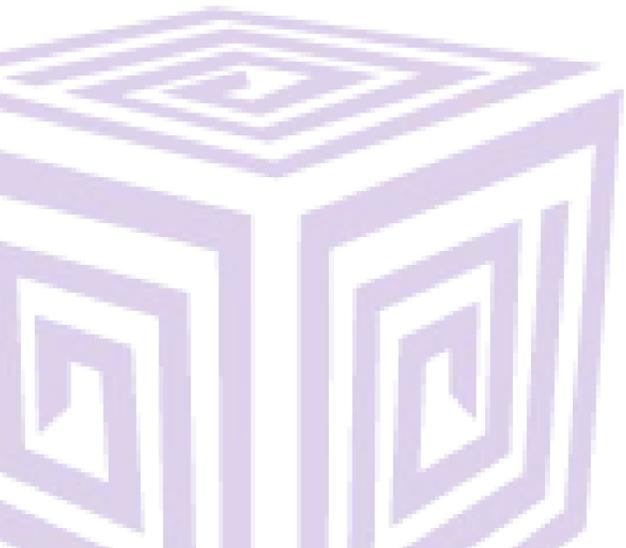


pandora
MARKETING & PUBLICIDAD

5 Claves del

**MARKETING
POLÍTICO**



TEMARIO

1
Tu público

2
Tu mensaje

3
Marca e
Identidad

4
Análisis de
Competencia y FODA

5
Presupuesto y
Organización



Define tu público

Definitivamente la idea es conquistar a todo público posible, de todas las edades, género, nivel socioeconómico, etc. Pero eso es algo muy difícil de lograr, salvo que tengas un presupuesto millonario (y de dudosa proveniencia).





Debes definir un público objetivo y asegurarte que sea éste quien **hable por ti** a otros segmentos que quieres alcanzar.

¿Qué público escoger?

Número 01, **elige un público con el que estés familiarizado**, por más que te tomes fotos con la señora del mercado zonal, no significa que te identifiques con las personas de allí.

Elige un público con el que te sientas cómodo o que necesite de **soluciones que tú ya conoces**. También que sea fácil para ti entrar a él y poder liderarlos.



Define tu mensaje

¿Cuál es el mensaje que quieres proyectar? Tienes que pensar en algo novedoso, ya estamos hartos de las frases clásicas “Seguridad, 0 corrupción, confianza, más trabajo...”

Ya muchos nos han engañado con lo mismo, ¿cierto?

Tu mensaje debe ser simple, innovador y honesto, que refleje lo que eres en realidad y cómo las personas te ven. ¿Eres un luchador? ¿Una persona con experiencia? ¿Qué cambios vas a lograr? Todo eso debe de reflejar un mensaje constante durante toda la campaña.

Por ejemplo, Trump.

¿Cuál es la diferencia entre él y su contrincante de entonces Hillary Clinton? Muy simple y genial: MAKE AMERICA GREAT AGAIN. ¿Alguien recuerda acaso el slogan de Hillary? Nadie. En cambio, MAKE AMERICA GREAT AGAIN se convirtió en el caballito de batalla y mensaje de toda la campaña de Trump, llevándolo a la victoria.



Marca e Identidad

Una vez que tienes claro tu público objetivo y el mensaje, es hora de crear una marca con un **diseño innovador y sólido** para poder ser usado todo el tiempo que dure la campaña y para posteriores eventos políticos.

Este diseño debe de ser claro, simple, pero impactante a la vez, no es fácil de lograr, sugerimos que **contrates a un profesional y no a tu sobrino**. Hay que saber qué tipografía usar, colores, isotipo y de ahí saldrá todo el resto de elementos que vas a necesitar: papelería, folletería, merchandising, etc.

Recalco la importancia de contratar a alguien con experiencia en branding político, pues incluso hay parte de la Ley que se debe conocer. También hay que tener un conocimiento de la competencia, y del espectro político en general. No queremos, por ejemplo, hacer un logo muy complicado que la gente no entienda, o no se vea bien en la cédula de votación. O un logo con muchos colores que nos conlleve a un mayor gasto de impresión.



Análisis de competencia y Foda

Si crees que vas a ganar solo por tus ideas y por BUEN TIPO, no es así. La política, nos guste o no, es una guerra. Para ganar necesitas todos los elementos mencionados anteriormente bien definidos (público objetivo, mensaje, marca e identidad), pero además, debes de conocer bien a tu competencia, evaluar sus propuestas y contrastarlas con las tuyas. Es importante que determines **tus fortalezas y más aún tus debilidades y amenazas.**

Durante toda la campaña es importante investigar y seguir elaborando estrategias para contrarrestar al enemigo y estar siempre un paso adelante.

Presupuesto y Organización

Define un presupuesto antes de lanzar tu candidatura y examina claramente con un profesional cómo usarlo adecuadamente.

No dejes que tu dinero se hunda en las urnas, si planificas correctamente, **ahorrarás mucho dinero y obtendrás mejores resultados.**

¿Estás listo para empezar?

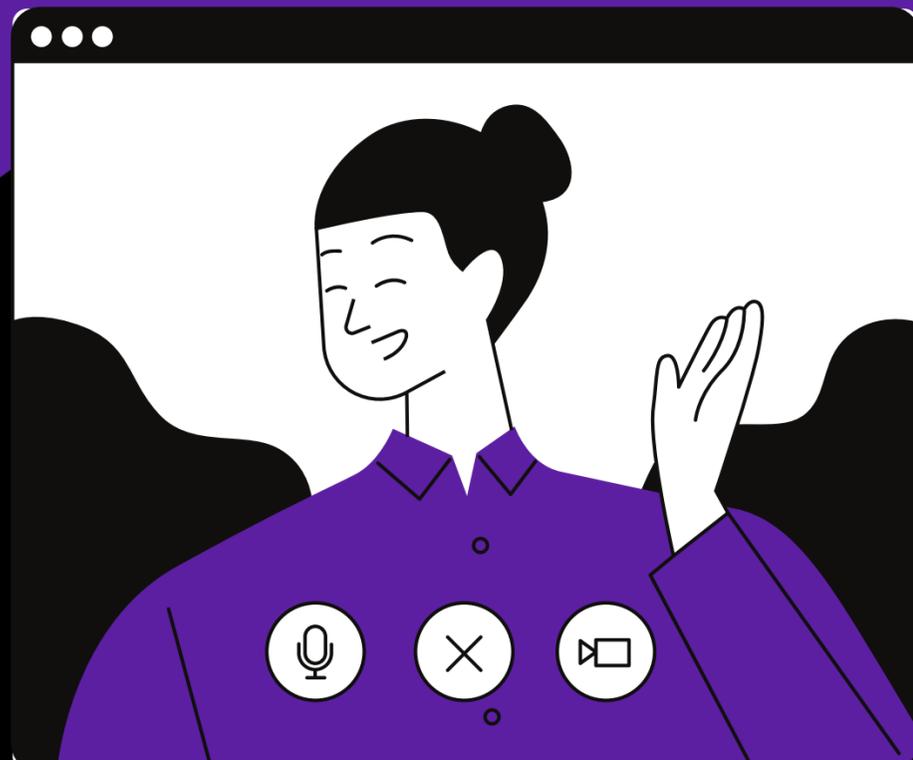
Contáctanos para una asesoría especial dedicada a tu negocio.

TELÉFONO

+51 993 856 531

CORREO

balva@pandoramarketing.net



pandora
MARKETING & PUBLICIDAD

