



Česká televize

2. května 2016 / Miloš Gregor

On-line kampaně / Předvolební spoty

POL354 Kampaně v České republice

web

web 1.0

internet jako masové médium
web jako zdroj informací
osobní stránky

čtení

statičnost obsahu

obsah utvářen vlastníkem

návštěvník pasivní příjemce

převážně jednosměrná komunikace

komunikace one-to-many + one-to-one

interakce jen v nezbytné míře

web 2.0

internet jako decentralizovaná síť
web jako participační platforma
blogy, sociální sítě, wiki atd.

utváření

dynamika obsahu

sdílené utváření obsahů

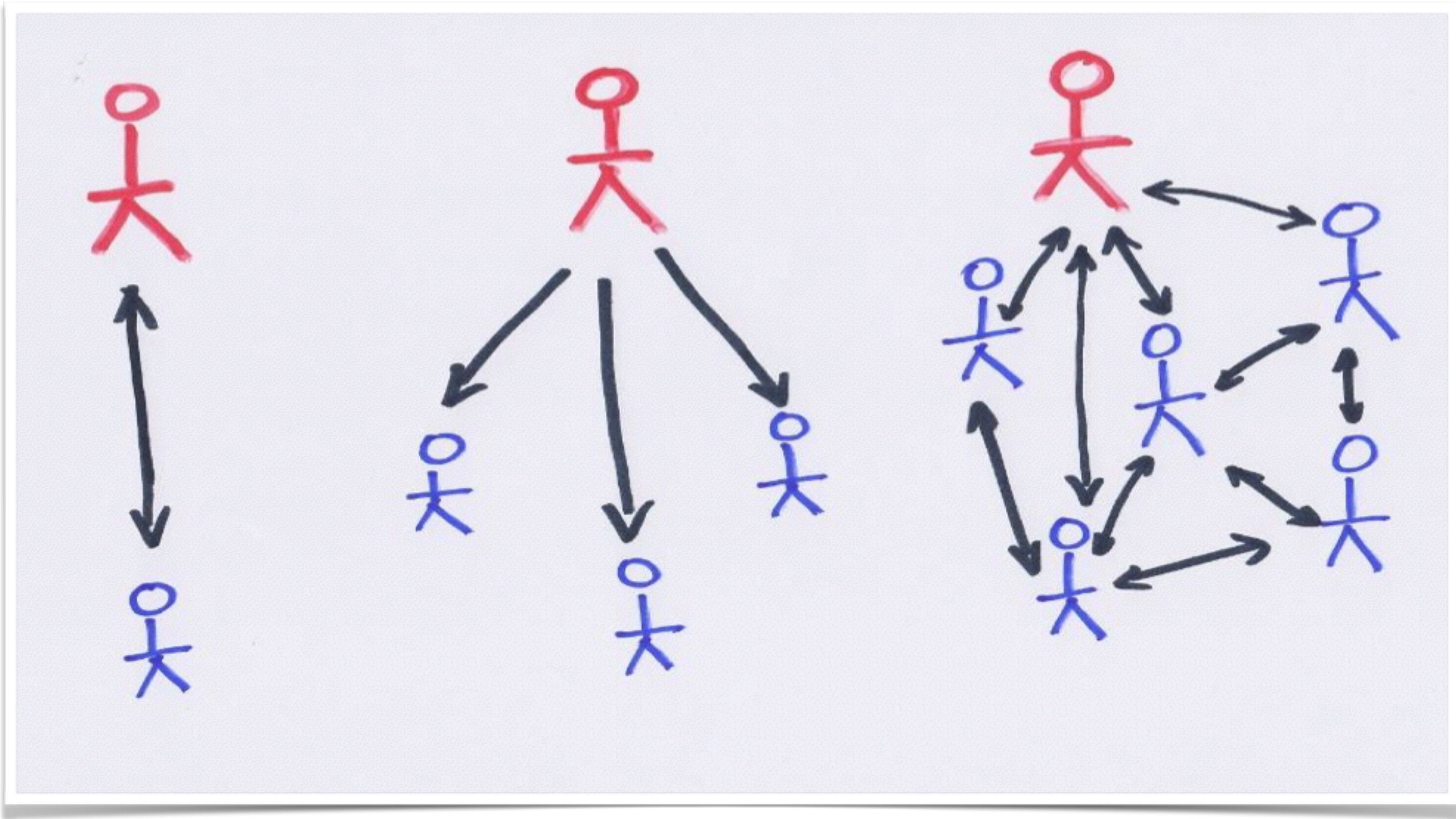
návštěvník aktivní uživatel

obousměrná komunikace

komunikace many-to-many

interakce je vítaná (chaty, diskuze)

- ▶ interaktivita
- ▶ ne na hierarchii založená komunikace
- ▶ “nízká cena”, rychlost, stírání hranic



- ▶ cílem je přesvědčit uživatele, aby si řekli o informace
 - ▶ už jim je zkrátka nemůžete nutit

sociální média

- ▶ blogy
- ▶ online sociální sítě
- ▶ dokumentové a zálohovací servery
- ▶ multimediální sdílecí služby

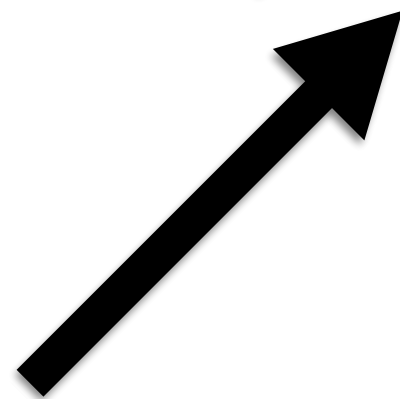
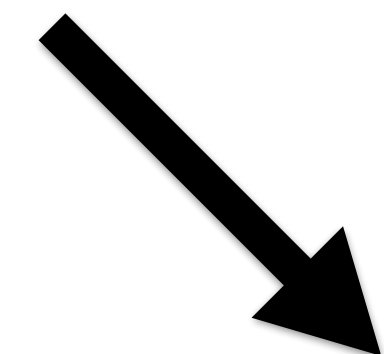
Tradiční marketing (rádio, televize) nenabízí způsob, jak odpovídat.

co chceme od sociálních médií?

zvýšit povědomí?

prodat?

udržet si přízeň?



různé strategie

proč mít strategii?

- ▶ komplexní návod pro efektivní využití sociálních sítí
- ▶ psána politické straně na míru
- ▶ obsahuje
 - ▶ obecná doporučení (např. na fcb se postuje v 9 ráno)
 - ▶ konkrétní příklady (dobré i špatné)
 - ▶ konkrétní doporučení

proč mít strategii?

- ▶ máte přehled o tom, co děláte
- ▶ máte přehled o tom, co neděláte
- ▶ můžete plánovat - máte přehled, co budete dělat
- ▶ můžete se přizpůsobovat aktuální situaci
- ▶ můžete měřit

proč mít strategii?

“Strategie (nebo aspoň koncept) vás osvobodí.”

Marek Prchal



s čím české politické strany bojují nejčastěji?

- ▶ přitažlivý obsah vs. tematická nuda
- ▶ autentičnost, transparentnost
- ▶ (ne)interaktivita
- ▶ experimentujte
- ▶ pozor na ironii
- ▶ formálnost ?

trolling, antikampaně



trolling, antikampaně



trolling, antikampaně

Podpořeno, zatleskáno, pochváleno. Dnešní MBPFW právě skončil a zítra hurá na MHMP.

View translation



trolling, antikampaně



trolling, antikampaně

Pro spoustu z nás
to bude **poprvé.**

Nestyďte se nám
dát šanci...

Volte ČSSD!



Pro spoustu z nás
to bude **poprvé.**

Nestyďte se nám
dát šanci...

Volte ČSSD!



trolling, antikampaně



trolling, antikampaně



Je tam vaše cílovka?

2010



- ▶ Virtuální demonstrace (ODS)
- ▶ osobní profily čelních představitelů (TOP 09)
- ▶ app poštovní známka (TOP 09)
- ▶ superhrdinská profilovka (SZ)



2010



Přemluv bábu

2010



The Great Schlep

- ▶ www.cssdprotivam.cz
- ▶ www.tojesila.cz
- ▶ www.letostopolankem.cz
- ▶ Vyměňte politiky (> 100k fans)
- ▶ Čtyři zezadu

- ▶ #volim_pravici (ODS)
- ▶ “Zítřa asi něco koupím.” (Babiš)
- ▶ LIKE pro topku (TOP 09)
- ▶ “zazelenání” profilovky (SZ)
- ▶ aplikace (TOP 09 hra pro smartphony, ODS Listy, seznamka ANO)



předvolební spoty

na co se zaměřit?

obsah

forma

reklamní komponenty

- vizuál (obraz budí silné emoce)
- logo
- text
- hudba, barva, střih
- voice over (rámuje příběh, podporuje sdělení)

(klasický) scénář předvolebních spotů

- 1) **AHOJ** (získání pozornosti)
- 2) **VĚŘ MI** (budování důvěry)
- 3) **TOHLE POTŘEBUJEŠ** (stimulace touhy)
- 4) **NALÉHAVĚ!** (zdůraznění naléhavosti)
- 5) **KUPUJ / VOL** (výzva k akci)