



Příprava kampaně vawbgu

POL510

Miloš Gregor

2. března 2017



★ THE ★

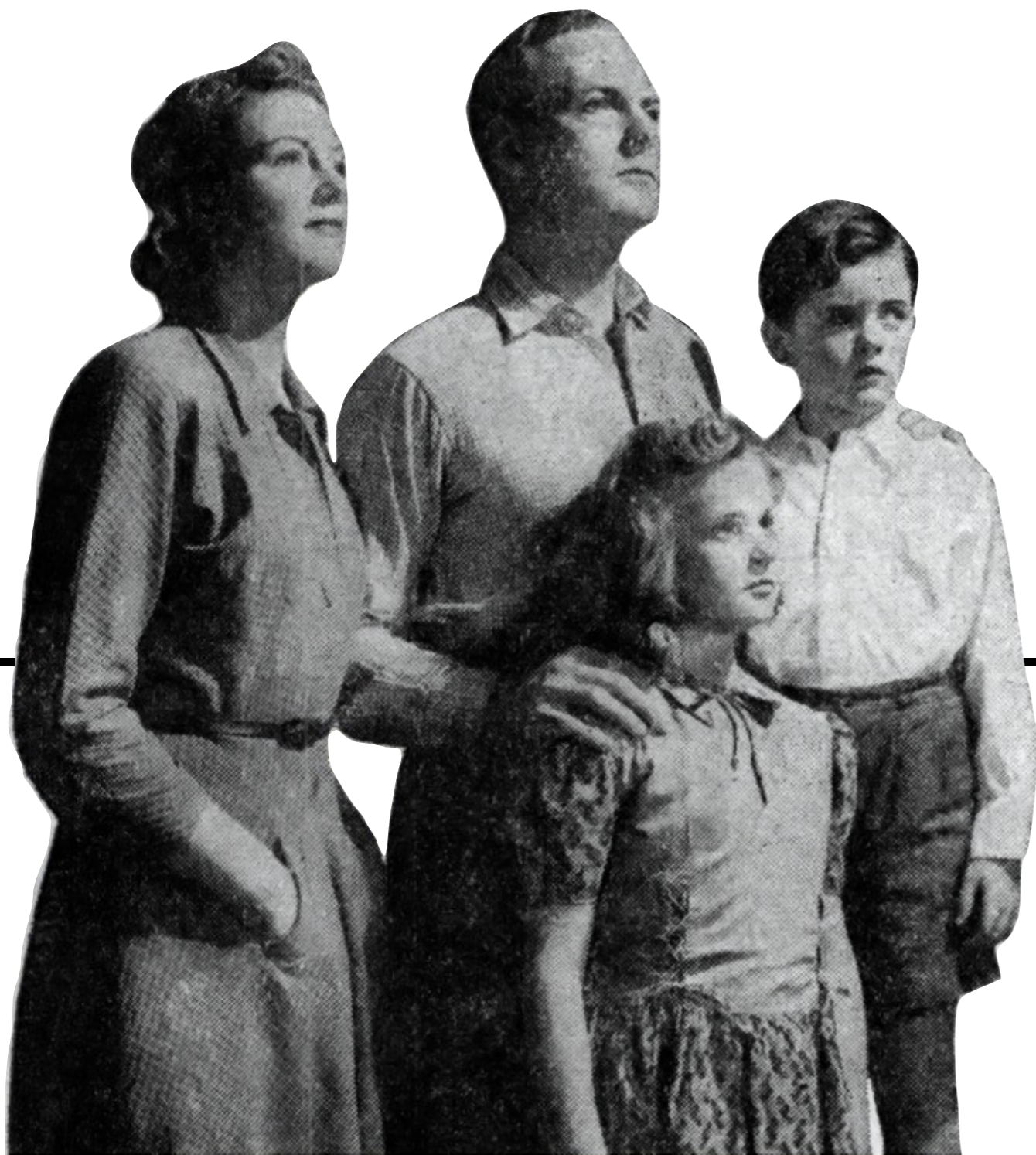
CIRCUS

**DOON'T
PANIC**

42

co všechno?

What's ahead ?



volební kampaň

financování

výzkumy

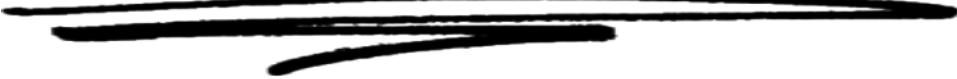
plán kampaně

tým

! BONUS !

desatero úspěšné kampaně

I.
volební kampaň

A thick, hand-drawn black underline consisting of two parallel lines, with the top line being longer and ending in a slight curve.

definice

Kampaň je organizovaná snaha informovat, přesvědčovat a mobilizovat.

Pippa Norris

Volební kampaň pak je organizované úsilí kandidujících jednotlivců s cílem pomocí přesvědčování voličů zajistit dostatečnou podporu kandidujícímu.

Jan Spousta

vymezení kampaně

cíle, charakteristiky a funkce

- ▶ vytvořit trh s novým sbožím
- ▶ zlepšit image
- ▶ zvětšit povědomí o značce
- ▶ udržet dosavadní příznivce
- ▶ nabídnout konkrétní výhody produktu



cíle, charakteristiky a funkce

- ▶ informování
- ▶ přesvědčení
- ▶ posílit stávající podporu
- ▶ mobilizování

. . . voličů

David T. Danver & H. T. Gordon Hands

orientace kampaně na

- ▶ kandidáta
- ▶ politickou stranu
- ▶ tvorbu image
- ▶ obsahová kampaň

klasifikace

kritéria?

klasifikace

- ▶ historické hledisko
- ▶ náročnost
- ▶ organizace
- ▶ komunikace

II. financování



financování ~~kampaní~~ politických stran

financování ~~kampaní~~ politických stran

zákony / pravidla v ČR

kolik a za co?

- ▶ příspěvek za hlas ($> 1,5$ %)
- ▶ příspěvek na činnost (> 3 %)
za každých dalších $0,1$ %
- ▶ příspěvek na mandát:
poslanec / senátor
kraj / Praha

kolik a za co?

- ▶ příspěvek za hlas (> 1,5 %) **100 Kč / hlas**
- ▶ příspěvek na činnost (> 3 %) **6 000 000 Kč** ročně
 - za každých dalších 0,1 % **200 000 Kč** ročně
- ▶ příspěvek na mandát:
 - poslanec / senátor **855 000 Kč** ročně
 - kraj / Praha **237 500 Kč** ročně

Limity?

Limity?

- ▶ Volby do Poslanecké sněmovny: **90 mio Kč**
- ▶ Prezident: **40 mio Kč / 50 mio Kč**
- ▶ Senát: **2 mio Kč / 2,5 mio Kč**

kolik a za co?

- ▶ ČSSD - 313 mio Kč
- ▶ ANO - 293 mio Kč
- ▶ KSČM - 227 mio Kč
- ▶ TOP 09 - 189 mio Kč
- ▶ ODS - 133 mio Kč
- ▶ Úsvit - 122 mio Kč
- ▶ KDU-ČSL - 121 mio Kč

principy financování

- ▶ rovnosti
- ▶ svobody
- ▶ veřejnosti
- ▶ kontroly

(Outly 2001)

mgregor@fss.muni.cz

principy financování

► rovnosti

zabezpečení **stejného** přístupu politických stran k finančním zdrojům za účelem zajištění srovnatelných podmínek pro jejich činnost.

(Outly 2001)

mgregor@fss.muni.cz

principy financování

- ▶ rovnosti
- ▶ svobody

umožnit průchod **odlišným** schopnostem různých politických stran získávat finanční prostředky svépomocí.

(Outly 2001)

mgregor@fss.muni.cz

principy financování

- ▶ rovnosti
- ▶ svobody
- ▶ veřejnosti

financování by mělo být **transparentní** (občanům a státu)
skrze možnost nahlížení do finančních zpráv.

(Outly 2001)

mgregor@fss.muni.cz

principy financování

- ▶ rovnosti
- ▶ svobody
- ▶ veřejnosti
- ▶ kontroly

možnost **ověřit** si pravdivost a úplnost informací, které strany ve svém účetnictví uvádějí

(Outly 2001)

mgregor@fss.muni.cz

proč to všechno?



WELCOME

TO *Fabulous*

LAS VEGAS

NEVADA

MANDALAY BAY

MANDALAY BAY

MOM GRAND

Got Corns

VACANCY

Klondike

cíle financování

- ▶ možnost svobodně se účastnit politické soutěže
- ▶ hmotně zabezpečit fungování politické strany mezi volbami
- ▶ komunikace s voliči
- ▶ možnost pro příznivce strany podpořit názory a záměry hmotnými prostředky
- ▶ zamezit střetu zájmů a korupci
- ▶ omezit státní náklady na reprezentanty demokracie

2 x 2 způsoby financování

z vlastních příjmů

státní financování

2 x 2 způsoby financování

přímé

nepřímé

2 x 2 způsoby financování



jak začít?

III.
plán kampaně

A thick, hand-drawn black underline consisting of two parallel lines, with the top line being longer and slightly curved at the ends.



plán kampaně

- ▶ timing
- ▶ celkový rámec kampaně
- ▶ plán po měsících
- ▶ po týdnech
- ▶ po dnech
- ▶ po hodinách

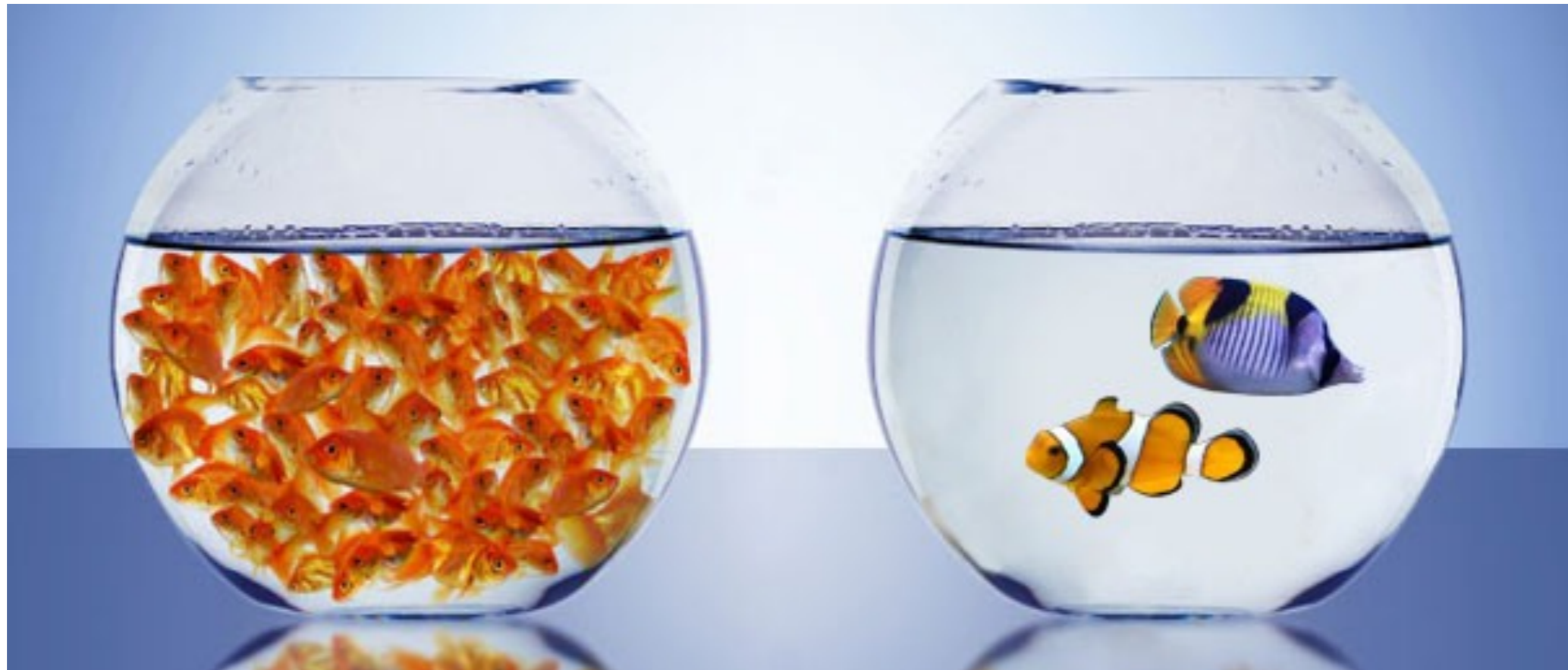


úspěšná kampaň je **naplánovaná** kampaň.

nad čím se zamyslet **před** začátkem kampaně?

získejte co možná **nejvíc** informací.

výzkumy



kvantitativní

kvalitativní

skupinová práce!



výzkumy

- ▶ benchmark polls
- ▶ focus groups
- ▶ analýza volebního obvodu
- ▶ SWOT
- ▶ analýza konkurence





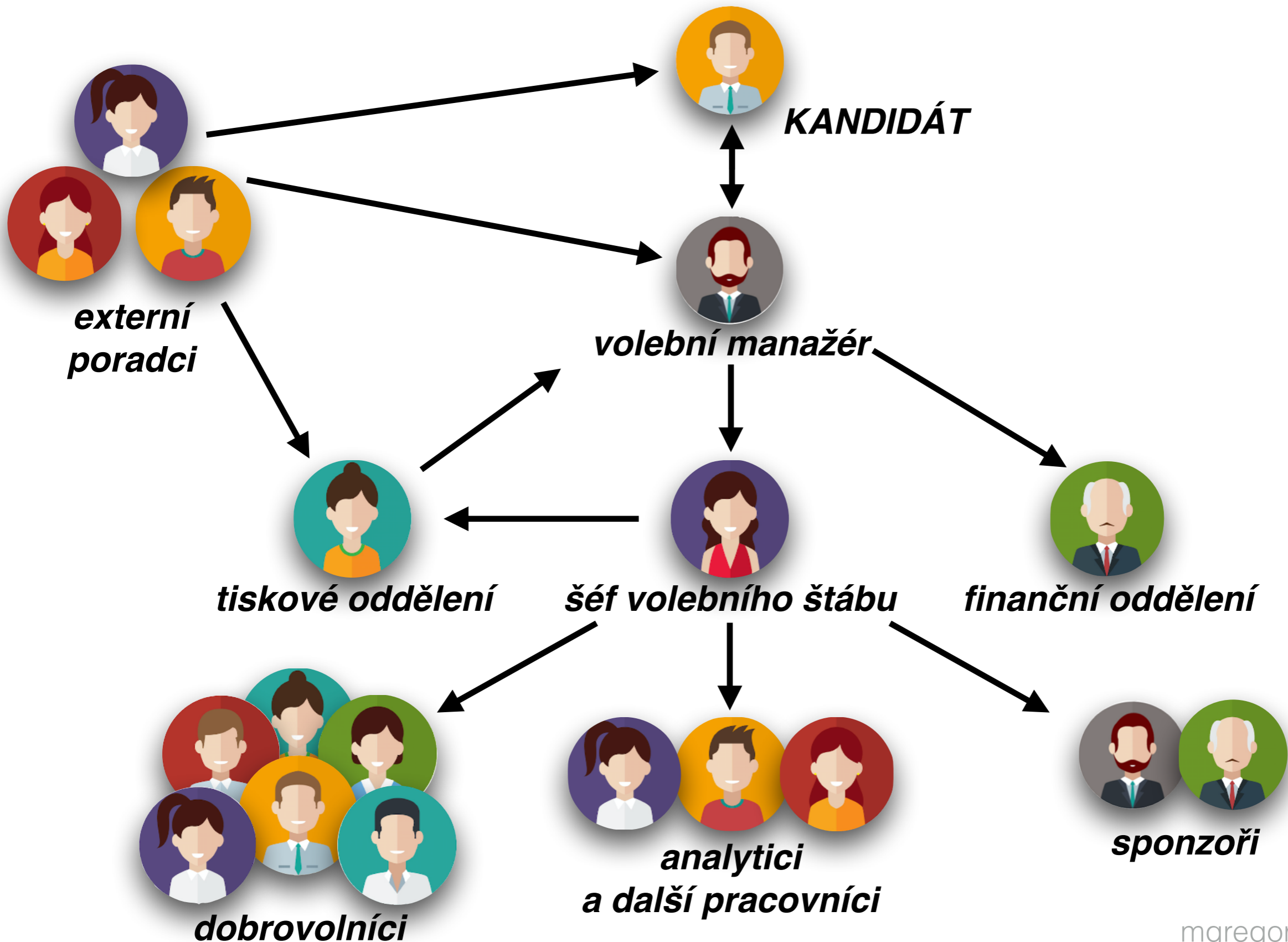
IV. volební tým



“... ten správnej tým!”



struktura a organizace volebního týmu



struktura a organizace volebního týmu

celostátní vs. regionální

centralizovaná vs. decentralizovaná

horizontální vs. vertikální členění

struktura a organizace volebního týmu

Volební manažer

- ▶ po kandidátovi nejdůležitější osoba v kampani
- ▶ vybraný buď kandidátem, nebo poradci
- ▶ finanční zodpovědnost
- ▶ kontroluje celý tým a průběh celé kampaně
- ▶ 24/7



struktura a organizace volebního týmu

Šéf volebního štábu

- ▶ u nás často zastává volební manažer
- ▶ logistika a koordinace celé kampaně
- ▶ administrativní práce
- ▶ rychlá rozhodnutí
- ▶ information flow

struktura a organizace volebního týmu

Pokladník

- ▶ fundraising, sponsoring, partneři
- ▶ financování kampaně
- ▶ finanční strategie
- ▶ poptávání, zakázky, fakturování

struktura a organizace volebního týmu

Tiskový mluvčí

- ▶ musí vždy mluvit za kandidáta !
- ▶ vždy na straně kandidáta
- ▶ mediálně exponovaný
- ▶ krizový management
- ▶ flexibilita
- ▶ improvizace



takže co je **potřeba** do začátku?

- ▶ legislativní rámec
- ▶ volební štáb
- ▶ průzkum veřejného mínění
- ▶ strategie (vize → strategie → taktika)
- ▶ finance
- ▶ SWOT
- ▶ sdělení
- ▶ plán komunikace
- ▶ harmonogram
- ▶ dobrovolníci

čeho se držet

čeho se držet

cíle.

plánu.

strategie.

implementace.

desatero úspěšné kampaně

1. měj **úctu** ke svému týmu
2. drž se **sdělení**
3. zacházej s **penězi** jako s vlastními
4. **nelži**. nikdy!
5. vyhrať přes **srdce**, ne rozum
6. začni **včas**
7. **připrav se**. na vše.
8. znej svoji **pozici**
9. znej svoji **cenu**
10. s nevěrou se to má stejně jako s lhaním

děkuji za pozornost.

mgregor@fss.muni.cz