

Volba strategie a taktiky v rámci kampaně



analýzy!



strategie.

volební strategie

“Volební strategie je soubor metod, technik a rozhodovacích procedur, které slouží k racionální maximalizaci volebního výsledku v určitém místě, v určité době a v určitém prostředí, přičemž cílem je získat možnost realizace strategie a politického programu daného uskupení. Volební strategie rovněž zahrnuje taktické a operační pokyny a personální, organizační a programové podrobnosti.”

Skrzypiński 2005

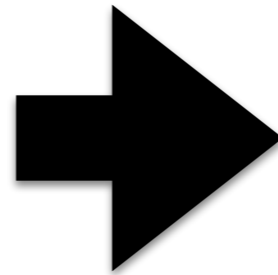
volební strategie

Stanovení cílů, řízení se jimi a ustálená soustředěnost na ně.

Lees-Marshment 2011

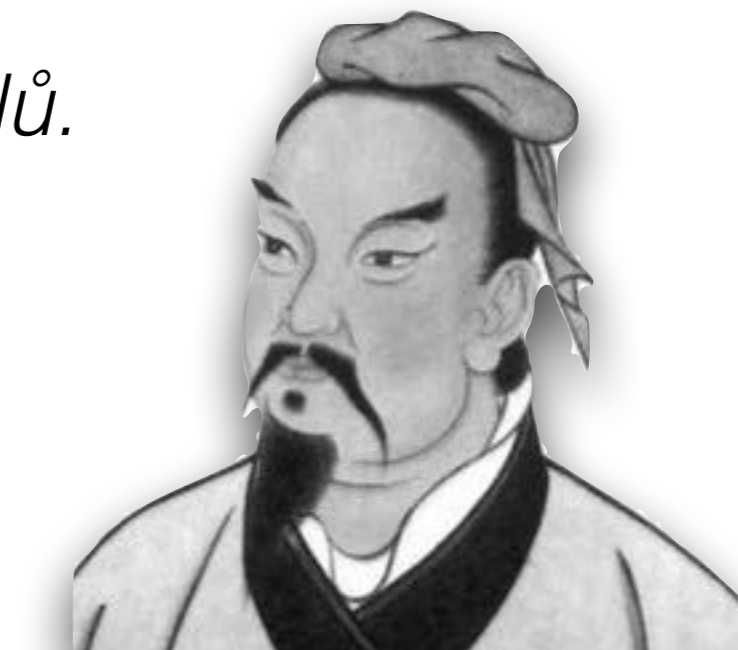
čtyři školy

- ▶ svoboda rozhodování
- ▶ formalizace strategie
- ▶ formálnost strategie
- ▶ těžiště strategie



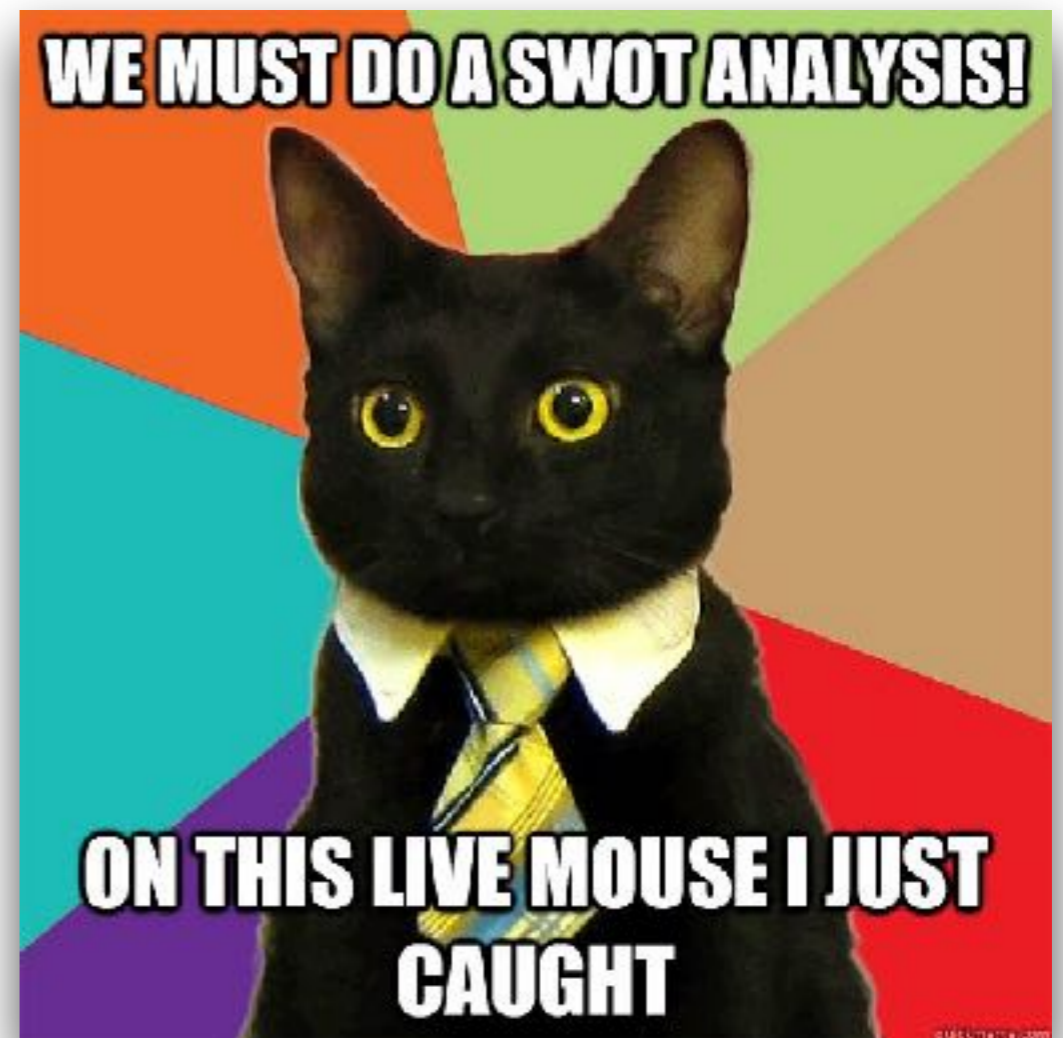
- ▶ tradiční (plánovací)
- ▶ evoluční
- ▶ poziční
- ▶ zdroje a dovednosti

*Řídí-li [vůdce] vojsko stále stejně,
aniž znal jeho skutečný stav,
vyvolá nejistotu v řadách velitelů.
Nakládá-li na ně stále stejné úkoly,
aniž znal jeho skutečné síly,
vyvolá pochybnosti v řadách velitelů.*

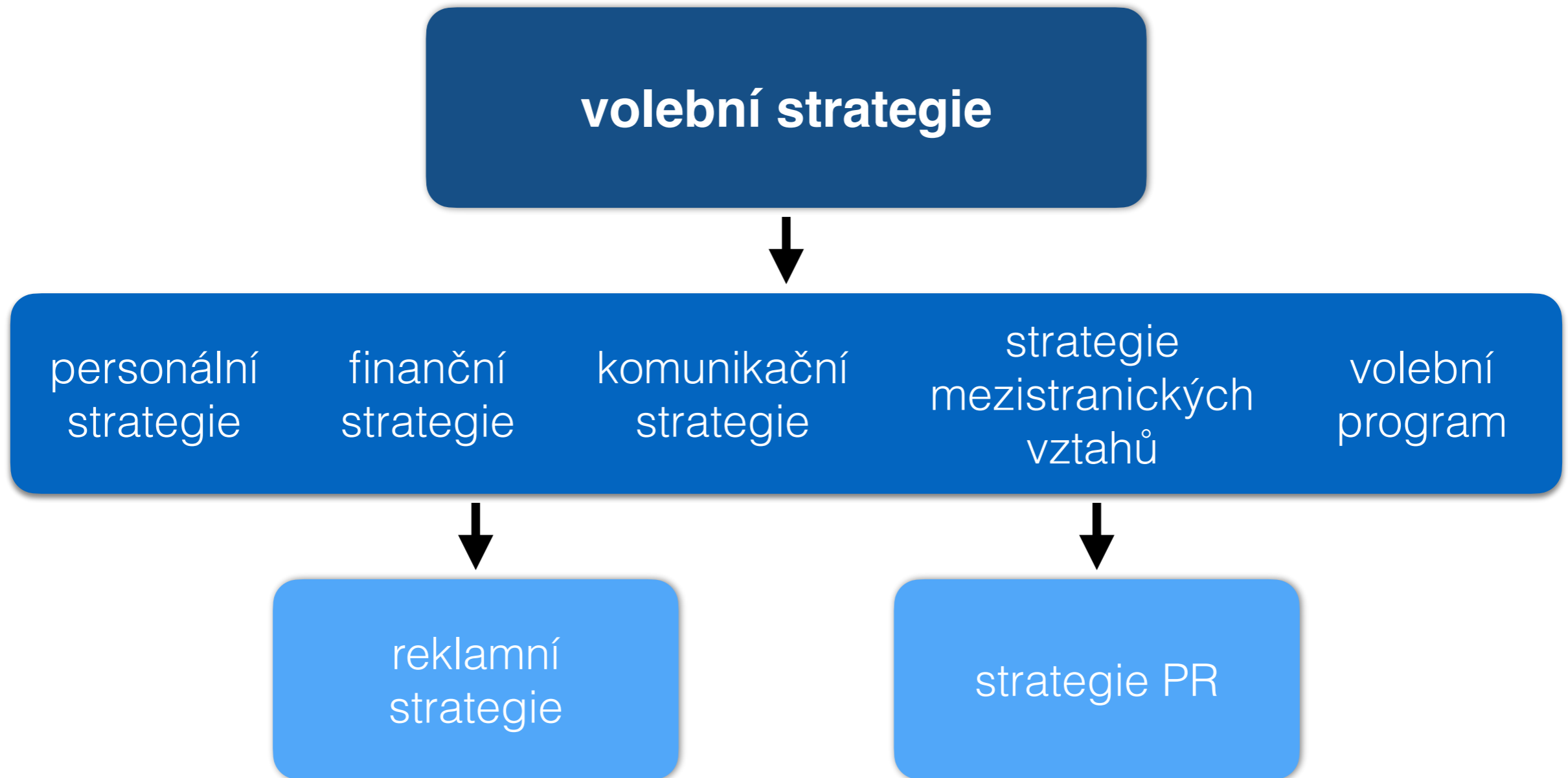


tři nutné kroky

- ▶ SWOT
- ▶ analýza trhu
- ▶ analýza konkurence



volební strategie



volební strategie

Pokud ji nedokážete sepsat, žádnou nemáte.

Napolitan 2003

volební strategie

taktika?

volební strategie

- ▶ politika **je** komunikace.
- ▶ politika **je** marketing.
- ▶ politici a politické strany **musejí** dbát o svoji image.
- ▶ **podporujeme** to, čemu rozumíme.

před přípravou strategie

- ▶ kdo jsme
- ▶ na koho cílíme
- ▶ kdo jsou voliči, podporovatelé, dobrovolníci, potenciální voliči
- ▶ konkurence
- ▶ jiné strany, aktivisté, organizace...

*Hlavní je uchovat
celistvost vlastních řad,
až na druhém místě je
zničit cizí řady.*



strategické umístění produktu

IDEOLOGIE

propagandistický styl

“PACKAGING”

zaměřeno na voliče

- ▶ nízká flexibilita
- ▶ push strategy
- ▶ nahodilé využívání jednotlivých marketingových nástrojů

- ▶ vysoká flexibilita
- ▶ pull strategy
- ▶ marketingový koncept
- ▶ koordinované využívání marketingových nástrojů

typy strategií

- ▶ utvrzovací
- ▶ rozšiřovací
- ▶ neutralizující
- ▶ obracecí

(Pietraś 1998)

typy strategií

- ▶ orientovaná na stranu
- ▶ orientovaná na problém
- ▶ orientovaná na image

(Jabloňski 2006)

typy strategií

obhájce úřadu
vs.
vyzyvatel

*Vojevůdce jenž se nebude řídit mou radou
stejně jistě prohraje a bude smeten.*



svatá trojce marketingové strategie

- ▶ Segmentation (segmentace)
- ▶ Targeting (zacílení)
- ▶ Positioning (umístění)

svatá trojce marketingové strategie: segmentace

- ▶ měřitelné
- ▶ lehce dostupné
- ▶ dostatečné velké
- ▶ stabilní
- ▶ s obsahem

svatá trojce marketingové strategie: segmentace

- ▶ geografická
- ▶ demografická
- ▶ sociologická
- ▶ psychologická
- ▶ behaviorální

(Spiller, Bergner 2011)

svatá trojce marketingové strategie: targeting

- ▶ zacílení
- ▶ přizpůsobení
- ▶ primární + sekundární cílová skupina
- ▶ budování vztahu
- ▶ “wasteland segment”

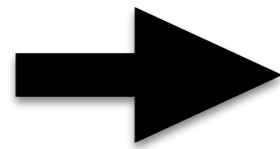


(Bannon 2004)



svatá trojce marketingové strategie: positioning

- ▶ zaujetí voliče
- ▶ zapamatování kandidáta



pro různé segmenty
vyzdvihujeme různé kvality

svatá trojce marketingové strategie: positioning

- ▶ soudržnost
- ▶ zaujetí
- ▶ odlišení
- ▶ důvěryhodnost
- ▶ jasnost
- ▶ komunikovatelnost

svatá trojce marketingové strategie: positioning

- ▶ lídr
- ▶ vyzyvatel
- ▶ následovník
- ▶ specialista (niche)

(Collins, Butler 2002)

svatá trojce marketingové strategie:



© Scott Adams, Inc./Dist. by UFS, Inc.

“To nejde.”

*Vojevůdce znamená moudrost a inteligenci,
důvěru a vztah,
chrabrost a přísnost.*



děkuji za pozornost.

mgregor@fss.muni.cz

