



ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КАНДИДАТА

**САДИЛОВА АЛЕНА,
к.полит.н, преподаватель кафедры
политических наук ПГНИУ**



С ЧЕГО НАЧАТЬ?

ЦЕЛЬ

МАСШТАБ

РЕСУРСЫ

ОЦЕНКА
ТЕРРИТОРИИ

ВРЕМЯ

Цель

- **Победа**
- **Участие/поддержка партии**
- **Имиджевый эффект**
- **«Технический кандидат»**

Масштаб – уровень избирательной кампании

- **Федеральный**
- **Региональный**
- **Уровень краевой столицы**
- **Уровень МО края**

Время

- **Период включения в кампанию: до старта/после**
- **Сезонность (раньше)**

Оценка территории

- **«Моя – не моя»**
- **Наличие конкурентов**
- **Ситуация в округе**

Ресурсы

- **Организационные поддержка**
- **Человеческие/команда**
- **Финансовые/Спонсоры**
- **Доступ к СМИ**
- **Электоральная база**
- **Личные достоинства**

СОДАНИЕ КОМАНДЫ

Идеолог



Руководитель кампании



Руководитель штаба

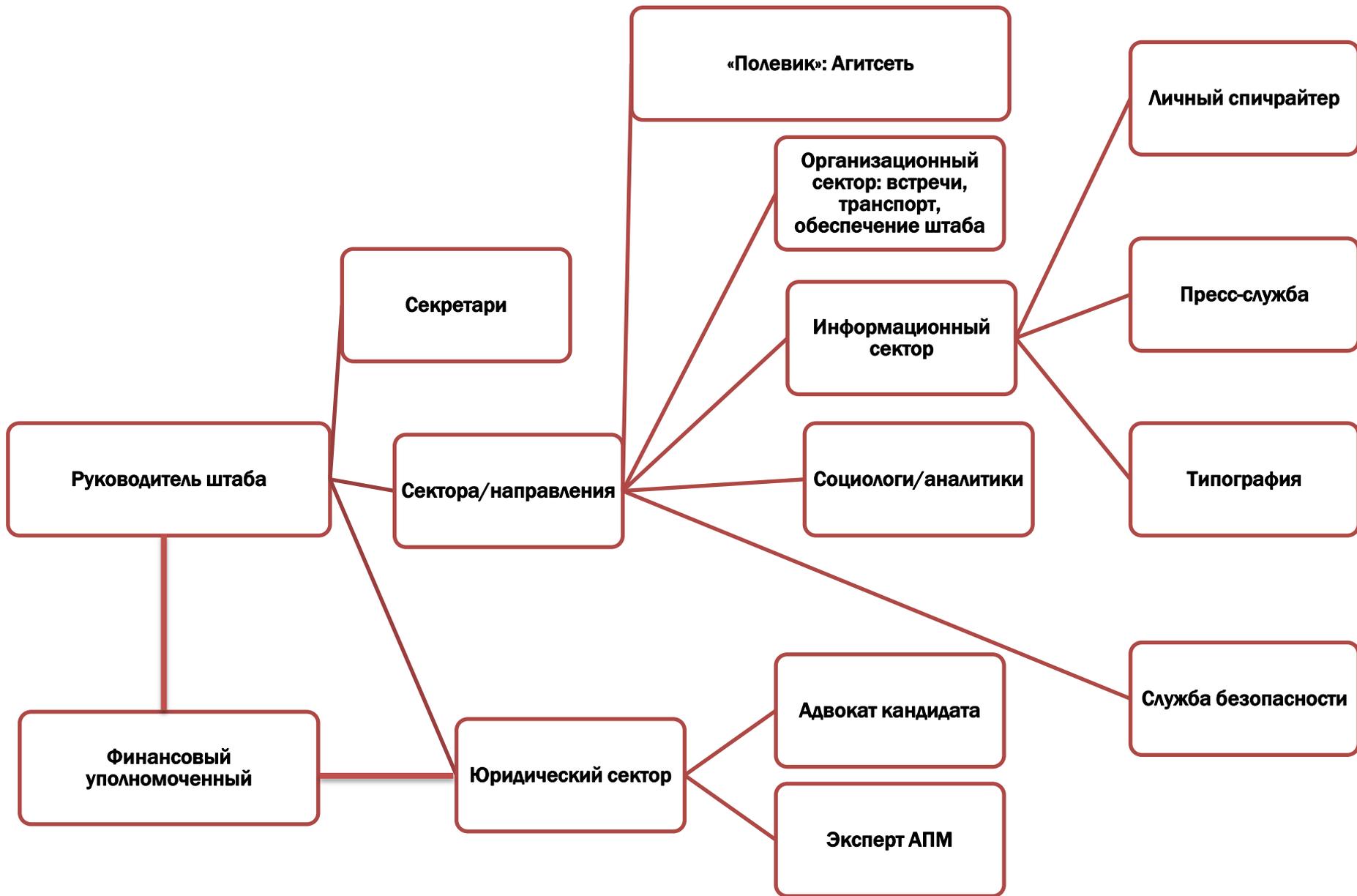


ШТАБ

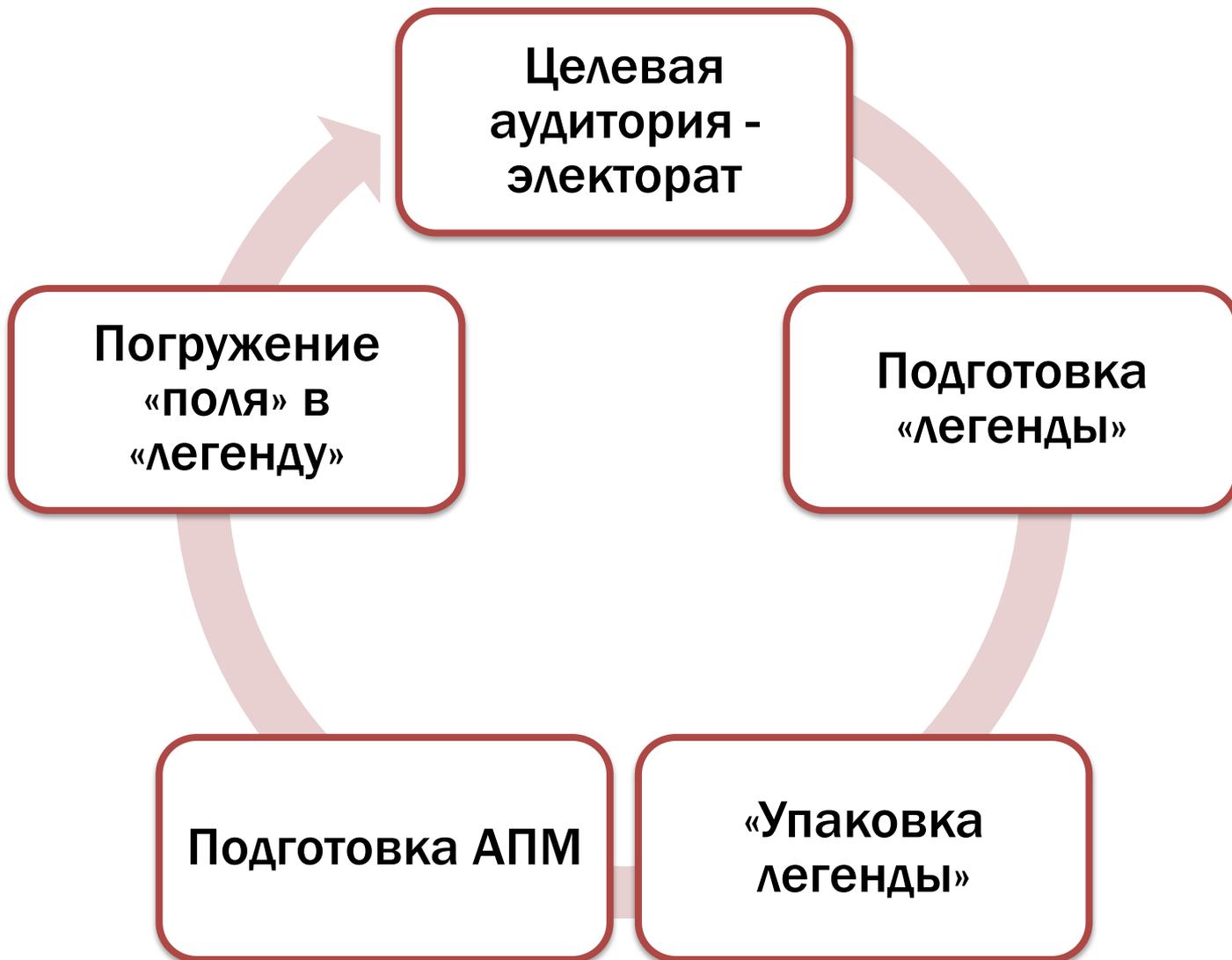


«ПОЛЕ»

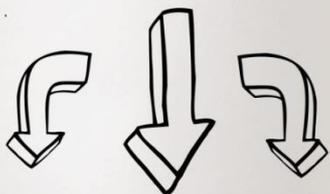
АРХИТЕКТУРА ШТАБА



ТАРГЕТИНГ И СТОРИТЕЛЛИНГ



STORYTELLING



«Я – легенда»

• БИОГРАФИЯ и ЛИЧНОСТЬ →

ПРАВИЛЬНАЯ ПОДАЧА_ПРИЗМА ЗАДАЧ →

• ИСКУССТВО ИНТЕРПРЕТАЦИИ →

КОНТРАСТНОСТЬ/РЕТУШЬ/ЯРКОСТЬ

ЭМПАТИЯ_ПОДРАЖАНИЕ_ИДЕАЛ



«ЛЕГЕНДА» & ИДЕОЛОГИЯ



**Ориентация
на имидж
личности**

**Акцент на
«Бонусы»**

**Акцент на
идеологию**

ВРАГИ_КОНКУРЕНТЫ



СВОЙ ПУТЬ

Нападение

Защита

КОНСТРУКТОР ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ



TRUE
STORY...

your success

