

# **JAK NA PIRÁTSKOU KAMPAŇ KRAJSKÉ VOLBY 2016**

**Mikuláš Ferjenčík a Mgr. Věra Marušiaková**

**Mediální odbor**

**3. června 2016**



# OBSAH

1. Vstupní analýza
2. Obsah kampaně
3. Prezentace obsahu
4. Personální zajištění
5. Volební kampaň
6. Komunikace

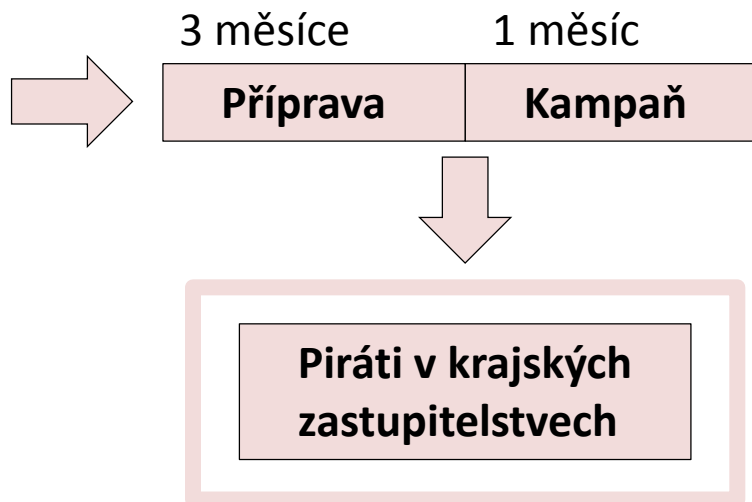


# VSTUPNÍ ANALÝZA

## Co máme k dispozici?

1. Čas
2. Prostředky (kolik čeho máme?)
  - a) Peníze
  - b) Technické vybavení
  - c) Know-how
  - d) Lidi (kandidáti a aktivní členové)
  - e) Lidi (dobrovolnický potenciál)
3. Organizační zázemí
  - a) Správa kontaktů
  - b) Správa úkolů

**Kdo jsou  
naši voliči?**



## Milníky

- ! 1. Podání kandidátních listin  
(nejpozději 66 dnů přede dnem voleb do zastupitelstva kraje krajskému úřadu)
2. Termín nominací do okrskových volebních komisí
3. Předvolební debaty



# OBSAH KAMPAŇ

## **Pirátský arzenál**

1. Kandidátní listina konkrétního kraje
2. Volební programy
  - a) Krajský
  - b) Společný celostátní
3. Hlavní témata/problémy
  - a) Krajská
  - b) Celostátní
4. Návrhy řešení problémů
5. Podporovatelé a experti  
(veřejně známé osobnosti)



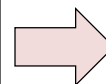
# PREZENTACE OBSAHU

## Oslovení napřímo

1. Web
  - a) Webové stránky krajů
  - b) Webové stránky pirati.cz
  - c) Online Pirátské listy
  - d) Sociální sítě
  - e) Video
2. Tištěné materiály
  - a) Plakáty
  - b) Letáky
  - c) Noviny Pirátské listy
3. Eventy
  - a) Pirátské
  - b) Cizí
4. Propagační předměty

## Oslovení přes média

1. Tiskové zprávy
2. Stanoviska
3. Rozhovory
4. PR akce



Média

Produkce  
Distribuce

*Kolik lidí  
potřebujeme  
zasáhnout?*



# PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ

## **Volební manažer**

řídí kampaň, kontroluje termíny, koordinuje činnost štábu, přiděluje práci, motivuje tým, je ve spojení s republikovým volebním štábem, případně mediálním odborem

## **Lídr**

tvář kampaně, klíčová osoba pro styk s médii, má právo veta ve volebním štábu

## **Koordinátor dobrovolníků**

nábor a zapojení dobrovolníků, koordinace výlepu plakátů

## **Mediální spojka**

komunikátoři v kraji, správa a rozvoj kontaktů s médii, psaní TZ, stanovisek, vyjádření

## **Správce webu**

provoz webových stránek, vkládání informací na web, rychlé drobné aktualizace obsahu, spolupráce s volebním manažerem a mediální spojkou.

## **Programový analytik**

podklady pro veřejné vystupování, analýzy, rešerše, příprava informací, podklady pro TZ

**Produkční materiálů** zajišťuje plakáty, letáky, noviny, dárkové předměty

**Produkční akcí** zajišťuje organizační a materiální zabezpečení akcí

## **Distributor materiálů**

dobrovolníci, aktivní členové... každý, kdo má chuť: výlep plakátů, pomoc s produkcí, rozdávání materiálů při eventech, převoz materiálů na místo určení a další činnosti

**Hospodář** hlídá rozpočet



# VOLEBNÍ KAMPAŇ - SHRNUÍ

## CO - VSTUPY

### Co je k dispozici

Čas  
Peníze  
Technické vybavení  
Know-how  
Lidi  
Organizační zázemí

## JAK – STRATEGIE

### Obsah

Kandidátky  
Volební programy  
Krajský  
Hlavní témata  
Návrhy řešení problémů  
Podporovatelé

### Kudy šířit

Weby  
Sociální sítě  
PR komunikace  
Eventy  
Plakáty, letáky  
Noviny  
Propagační předměty

### Realizace

Grafický vizuál  
Produkce tisků a předmětů  
Pirátská distribuční síť  
Dobrovolníci na kontaktní kampaň  
Komunikační strategie  
a PR plán

## PROČ - VÝSTUPY

### Cíle

Zapojíme se do  
předvolebního dění  
Budeme vidět a bude o  
nás slyšet  
Získáme nové voliče  
Zasedneme do krajských  
zastupitelstev

## KDO – ROLE VE VOLEBNÍCH ŠTÁBECH

- **Volební manažer** – řídí kampaň, kontroluje termíny, koordinuje činnost štábu, přiděluje práci, motivuje tým, je ve spojení s republikovým volebním štábem, případně mediálním odborem
- **Lídr** – tvář kampaně, klíčová osoba pro styk s médii, má právo veta ve volebním štábu
- **Koordinátor dobrovolníků** – nábor a zapojení dobrovolníků, koordinace výlepu plakátů
- **Mediální spojka** – komunikátoři v kraji, správa a rozvoj kontaktů, psaní TZ, stanovisek, vyjádření
- **Správce webu** – provoz webových stránek, vkládání informací na web, rychlé drobné aktualizace obsahu, spolupráce s volebním manažerem a mediální spojkou.
- **Programový analytik** – podklady pro veřejné vystupování, analýzy, rešerše, informace, podklady pro TZ
- **Produkční materiálů** – plakáty, letáky, noviny, dárkové předměty
- **Produkční akcí** – organizační a materiální zabezpečení akcí
- **Distributor materiálů** – dobrovolníci, aktivní členové... každý, kdo má chuť: výlep plakátů, pomoc s produkcí, rozdávání materiálů při eventech, převoz materiálů na místo určení a další činnosti
- **Hospodář** – hlídá rozpočet



# KOMUNIKACE - SHRNUÍ

## CO - VSTUPY

### Odkud se berou náměty?

Celostátní program  
Celostátní témata  
Krajské programy  
Krajská témata  
Reakce na akt. dění  
Podněty na fóru  
Podněty na fb

## JAK – PR STRATEGIE

### Komunikační plán

Tiskové zprávy  
Stanoviska  
Články  
Rozhovory  
TV debaty  
Eventy  
Otázky a odpovědi

### Komunikační arzenál

Programy - klíčová  
sdělení a argumenty  
Postoje k problémům  
krajů a řešení  
  
Media seznamy  
Vztahy s novináři

### Postup-taktika (obecně)

Vydáme? – Kdo rozhodne?  
Jakou formou?  
Koho oslovíme?  
Příprava tématu/obsahu  
Distribuce médiím  
Kontaktování médií pro  
zpětnou vazbu  
Publikace na webech a  
sociálních sítích

Osobní komunikační plány

## PROČ - VÝSTUPY

### Cíle

Celostátní témata  
mediální výstupy na rep.  
úrovni  
Krajská témata  
mediální výstupy v  
regionech  
Využít maximum příležitostí  
komunikovat  
Pro-aktivní (ne reaktivní)

## KDO – ROLE V KOMUNIKACI

- **Mediální odbor** – garantuje proces komunikace, rozhoduje o strategii, zabezpečuje komunikaci na republikové úrovni, poskytuje odborné zázemí a metodickou podporu zapojeným složkám, zejména krajským mediálním spojkám a lídrům, pomáhá psát TZ a stanoviska, spolupracuje se správci webu a fb správci
- **Republikové předsednictvo, republikový volební štáb** – klíčové osoby pro styk s médii, rozhovory a vyjádření pro média a do tiskových materiálů, schvalují TZ a stanoviska na republikové úrovni
- **Lídři kandidátek** – klíčové osoby pro styk s (lokálními) médii, rozhovory a vyjádření pro média a do tiskových materiálů, schvalují TZ a stanoviska na krajské úrovni
- **Krajští volební manažeři** – osoby pro styk s lokálními médii, určují obsah sdělení, schvalují TZ a stanoviska
- **Mediální spojky z krajů** – komunikátoři na místní úrovni, spravují a rozvíjejí kontakty s médii, píší TZ a stanoviska
- **Garanti programových bodů, analytici a experti** – poskytují analýzy, rešerše, informace, případně vyjádření pro média a do tiskových materiálů
- **Aktivní členové a dobrovolníci** – každý, kdo má chuť: psaní, návrhy či zpracování témat ke komunikaci





PIRÁTSKÁ KAMPAŇ  
KRAJSKÉ VOLBY 2016

# **DOTAZY? NÁPADY?**

**Díky za pozornost**