



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it

CORSO

STRATEGIE DI MARKETING E COMUNICAZIONE POLITICO-ELETTORALE

COME VINCERE LE SFIDE POLITICHE



La campagna politica e le sfide elettorali sono entrate in una fase. La relazione tra partiti, movimenti, mass media e cittadini elettori è regolata sempre più dalla interdipendenza tra la politica e la comunicazione. Oggi non si esiste se non si sa comunicare con efficacia, che significa saper analizzare il mercato elettorale, comprenderlo e da questo ideare il messaggio giusto, persuasivo, incisivo. Un grande successo o una pesante sconfitta, dipendono in larga misura da come e quanto i contendenti riescono a trasmettere all'opinione pubblica le loro idee e i loro programmi sotto forma di efficace messaggio meglio dell'avversario. Oggi è la comunicazione che forma il programma elettorale e l'immagine del candidato e non viceversa. Oltre alla creazione di una efficace comunicazione politica, oggi per vincere le sfide politiche è necessaria la definizione di un piano di marketing politico creato in modo strategico, con una analisi attenta e intelligente di tutti i suoi elementi chiave. I partiti, i politici, i candidati hanno nel marketing politico ed elettorale uno strumento favoloso per incanalare verso questa direzione la loro azione.

L'importanza del programma sta lasciando il passo all'importanza del cittadino. I partiti politici in Italia stanno passando dall'orientamento al "prodotto", cioè ai propri programmi e progetti, a un nuovo forte orientamento al "cliente", il cittadino. Il comportamento degli attori politici può essere paragonato a quello delle imprese. La competizione tra partiti è analoga alla competizione tra marchi.

Il corso espone il processo di marketing della politica, definendone il ruolo e gli ambiti, analizzando la ricerca del mercato politico-elettorale, la segmentazione e il *targeting* degli elettori, il posizionamento dell'offerta politica, il marketing mix vincente nel periodo extraelettorale ed elettorale (programma, azione politica, politici e candidati, organizzazione partitica, propaganda e comunicazione politica, finanziamento della politica e *fund raising*, etica e trasparenza), la strategia di marketing elettorale del partito, la strategia di marketing elettorale del candidato, la gestione delle rispettive campagne elettorali, la pianificazione e il controllo.

Contenuti del corso

➤ *Conoscere e segmentare il mercato politico-elettorale*

(L'analisi del mercato politico-elettorale: l'elettore e il suo comportamento; l'analisi del voto; la concorrenza politica: la missione politica del partito; la ricerca delle debolezze e dei vantaggi competitivi: le tecniche d'indagine - La segmentazione dell'elettorato: le tecniche di segmentazione: l'individuazione dei segmenti-target elettorali)

➤ *La strategia di marketing politico: il mix vincente*

(Un prodotto politico ben posizionato: il programma politico ed elettorale - La presenza e l'azione del partito - I leader, i politici e i candidati - Il politico ideale - La "qualità politica" del partito e dell'offerta - Un'organizzazione partitica - La comunicazione e la propaganda politica - I mezzi di comunicazione e di propaganda: i grandi mezzi: stampa, televisione, radio, cinema; i mezzi esterni: affissioni e manifesti: incontri pubblici: manifestazioni, dibattiti, comizi; direct marketing - Comunicazione e propaganda personale - Materiale propagandistico - Le pubbliche relazioni: sportello per l'elettore e numero verde: la comunicazione ai media - Le sponsorizzazioni - Comunicazione interna al partito - Comunicazione passaparola - Il linguaggio - Le campagne di comunicazione e di propaganda - Finanziamento, *fund raising* e budget - L'etica e la trasparenza)

➤ *La strategia di marketing elettorale per la campagna del partito*

(Focalizzazione tipologia di elezione - Analisi del mercato politico-elettorale mirata alla campagna del partito - Scelta degli obiettivi da conseguire - Scelta dei segmenti-target elettorali - Il marketing mix elettorale - Un programma elettorale mirato ai segmenti-target-. La scelta di validi candidati - Il giusto supporto organizzativo - Il messaggio conduttore - La scelta dei media - I rapporti con i media - Finanziamento, *fund raising* e budget - La pianificazione e il controllo della campagna)

➤ *La strategia di marketing elettorale per la campagna del candidato*

(La scelta del candidato - Tipologie di elezioni e candidature - L'identikit del candidato ideale - Conoscere il mercato politico-elettorale del candidato - Scegliere i segmenti- *target* degli elettori - Il marketing mix elettorale: un programma elettorale mirato; il giusto supporto organizzativo: la comunicazione e la propaganda - Finanziamento, *fund raising* e *budget* - La pianificazione della campagna - Il controllo della campagna)

➤ *La pianificazione e il controllo di marketing politico ed elettorale* - (La pianificazione - Le tecniche di controllo: i sondaggi: le indagini)

fornendo conoscenze utili a definire un piano di comunicazione politica per un candidato o per un'istituzione. Vengono analizzati gli strumenti di marketing politico e le tecniche di definizione efficace della strategia: dai sondaggi ai focus group, dall'uso di spot e manifesti a Internet, fino alla comunicazione non verbale e visiva.

Progettazione del corso e docente : Dott. **Fabrizio Cianca**

(Direttore Didattico del **Centro di formazione Maveco**)

