



Ключове повідомлення

Як скласти і протестувати основне повідомлення
Вашої передвиборчої кампанії



ШКОЛА ЖІНОЧОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛОБІ



Ключове повідомлення

Ключове повідомлення – це чітке, орієнтоване на цінності аудиторії твердження, яке викликає загальний резонанс і позитивну реакцію, а також закликає до дії.

Ключове повідомлення має **незначно адаптуватися** для передачі різними каналами, для різних цільових аудиторій та для кожної можливості

разом з тим,

Ваша мотивація приходу у владу і **суть повідомлення** мають залишатися **НЕЗМІННИМИ!**



В основі повідомлення лежить проблема і воно має:

- ▲ створювати рішення;
- ▲ викликати довіру;
- ▲ пробуджувати емоції;
- ▲ бути коротким;
- ▲ створювати “я-бренд”;
- ▲ повторюватися.

Ваше повідомлення говорить виборцю/ виборчині, чого Ви хочете досягти і чому він/ вона має за вас голосувати!

Ефективне повідомлення :

- ▶ стосується цінностей аудиторії;
- ▶ мотивує її до дій (стати частиною вашої команди, голосувати за Вас...) ;
- ▶ вказує на переваги дії (поведінки), що вибирається;
- ▶ звертається до серця людини (сприйняття завжди перемагає факти).

Ваше повідомлення є основним інструментом вашої перемоги на виборах!



Характеристики гарного повідомлення

1. Повідомлення має бути коротким.
2. Повідомлення має бути легкозрозумілим.
3. Повідомлення має бути унікальним.
4. Повідомлення має бути позитивним і визначеним у часі.
5. Використовуйте повідомлення часто і ефективно.
6. Не відходьте від повідомлення.

Чітке повідомлення, яке транслюється знову і знову, завдяки публічності та налагодженій комунікації проходить крізь голови людей і переконує їх приєднатися до тих, хто голосує за вашу партію та її кандидатів.

Характеристики гарного повідомлення

1. Зробіть повідомлення коротким

Кращі повідомлення можуть передаватися одним-двома реченнями. Якщо повідомлення більше, воно, ймовірно, складне.

2. Зробіть повідомлення легкозрозумілим

Слова, які ви використовуєте, мають бути зрозумілі аудиторії. Не варто створювати складні технічні повідомлення, яких звичайні люди не можуть зрозуміти.

Характеристики гарного повідомлення

3. Зробіть повідомлення унікальним

Повідомлення буде неефективним, якщо громадяни не пов'язують його виключно з даною партією чи з кандидаткою. Повідомлення має бути іншим, ніж ті, які озвучують інші партії чи кандидати.

Якщо багато кандидатів підтримують розвиток малого бізнесу, ваше повідомлення повинно розповідати, як ви досягнете цього.

Характеристики гарного повідомлення

4. Зробіть повідомлення позитивним і визначеним у часі

Повідомлення має давати надію на те, що коли партія, кандидаткою від якої ви є, прийде до влади (або залишиться при владі), життя покращиться.

Багато повідомлень будуються навколо проблем, на розв'язання яких будуть потрібні роки.

Краще мати повідомлення, в якому основна увага зосереджена на питаннях, які можуть бути розв'язані швидко.

Характеристики гарного повідомлення

5. Використовуйте повідомлення часто і ефективно

Щодня виборців закидають інформацією. Вони дивляться новини по телебаченню і на ФБ, вони отримують нову інформацію на роботі, навколо них - маса рекламних оголошень.

Ваше повідомлення має прорватися через цю товсту стіну іншої інформації, то ж воно має бути повторюване і поширюване.

Характеристики гарного повідомлення

6. Не відходьте від ключового повідомлення.

Послідовно просуваючи повідомлення, ви доможетеся, що люди будуть ідентифікувати його виключно з Вами.

Просування повідомлення дасть змогу утверджувати у сприйнятті виборців вашу кандидатуру як таку, у разі вибору якої питання/ проблема, заявлені в повідомленні, будуть розв'язані.

ПЕРЕВІРКА КЛЮЧОВОГО ПОВІДОМЛЕННЯ

Протестуйте своє ключове повідомлення на предмет реакції на нього вашої цільової аудиторії

- ▶ Як ви розумієте зміст свого ключового повідомлення?
- ▶ Чи зрозуміють, на вашу думку, це ключове повідомлення ваші друзі?
- ▶ Чи має це ключове повідомлення цінність для вас? Якщо так, то в чому полягає ця цінність? Якщо ні, то чому?
- ▶ Чи стосується це ключове повідомлення вашої життєвої позиції?
- ▶ Чи спонукає це ключове повідомлення вас здійснити якісь дії? Якщо так, то чому? Якщо ні, то чому?

Дайте відповідь на ці запитання самі, а також поставте їх своїм друзям чи колегам (хоча б одній особі), які за цінностями близькі до сформованого вами узагальненого портрету виборця



Доставка повідомлень

- ▶ Індивідуально (від дверей до дверей)
- ▶ В невеликих групах (зустрічі клубів, зустрічі з друзями за чаєм, кавою)
- ▶ На громадських форумах, масових заходах
- ▶ Через пресу (радіо і телевізійні інтерв'ю)
- ▶ Через соціальні медіа (Twitter, Facebook)
- ▶ ...

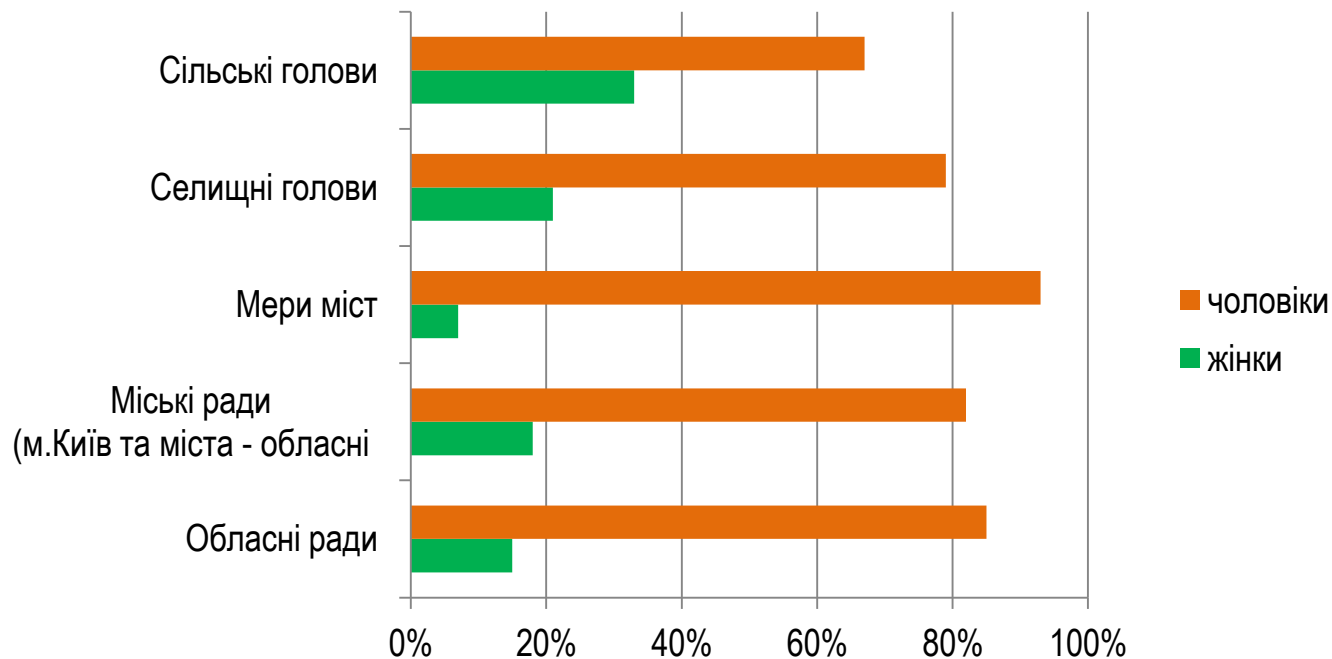
Поради для кандидаток

- ▶ Будьте впевненими у собі - Ви представляєте більшість населення.
- ▶ Не намагайтеся бути частиною чоловічого клубу, ви – жінка, і в цьому також – Ваша сила.
- ▶ Контролюйте власні емоції - вони можуть сильно впливати на те, що Ви говорите.
- ▶ Ви вже лідерка: спирайтеся на свої сильні сторони, які впливають із ролей, які Ви виконуєте (професійних, соціальних, приватних).

Жінки на рівні прийняття рішень у громадах

Жінки в Україні складають майже 54% населення та 60 % виборців
На кінець 2016 р. у ВРУ - лише 12% жінок.

Результати місцевих виборів 2015 р.





ШКОЛА ЖІНОЧОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛОБІ

<http://www.womeninpolitics.org.ua/PUL-school>

Інші наші ресурси

<http://www.wcu-network.org.ua>

<http://www.womeninpolitics.org.ua>

www.facebook.com/groups/politicalwomen

www.facebook.com/WCUnetwork

twitter.com/WCU_Network

