



Příprava kampaně

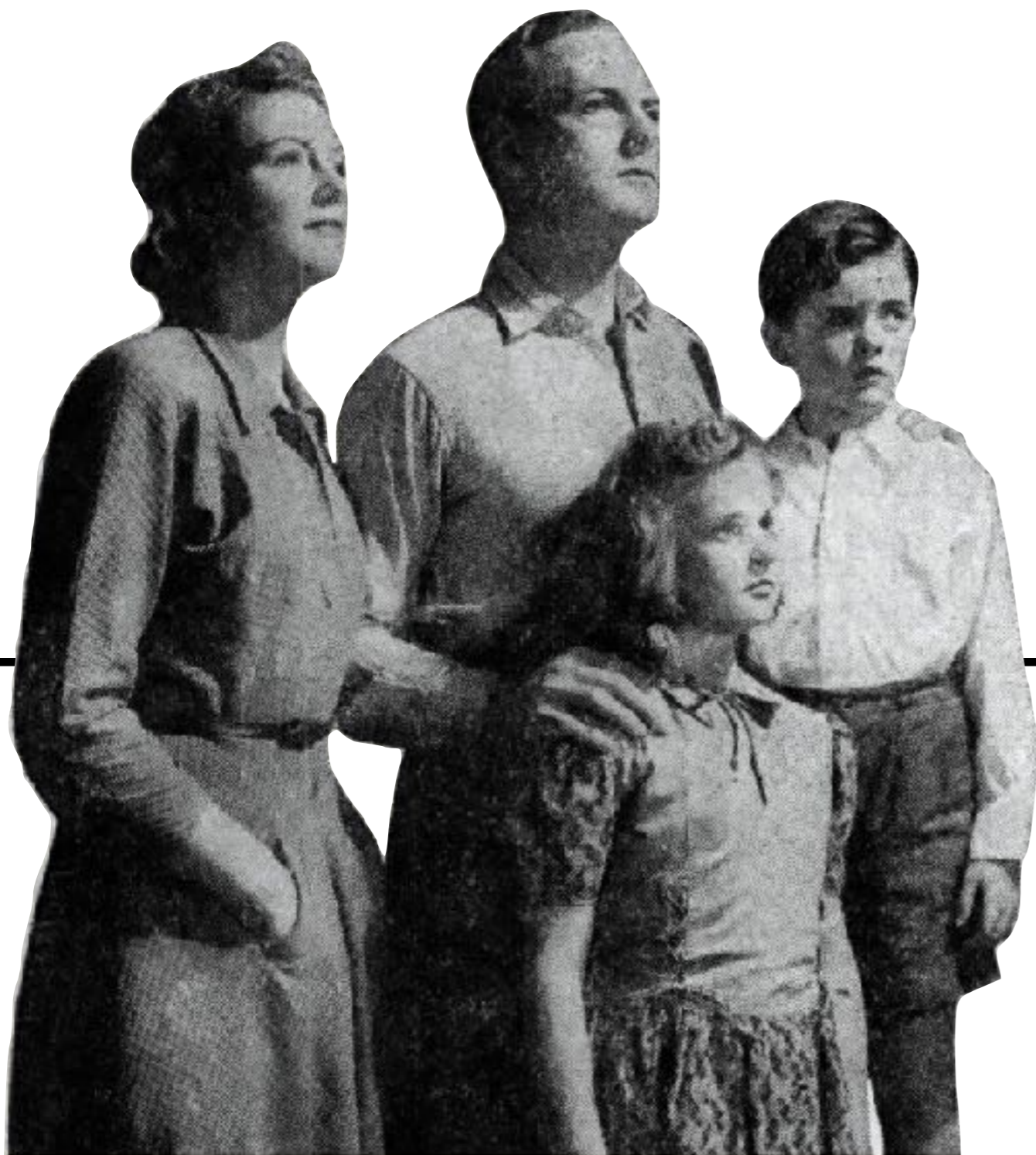


POL510

Miloš Gregor

21. února 2019

What's ahead ?



volební kampaň

financování

výzkumy

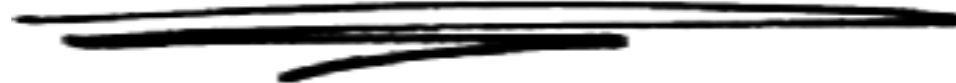
plán kampaně

tým

! BONUS !

desatero úspěšné kampaně

I.
volební kampaň



definice

Kampaň je organizovaná snaha informovat, přesvědčovat a mobilizovat.

Pippa Norris

Volební kampaň pak je organizované úsilí kandidujících jednotlivců s cílem pomocí přesvědčování voličů zajistit dostatečnou podporu kandidujícímu.

Jan Spousta

definice

„Volební kampaní se rozumí jakákoliv propagace kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta anebo nezávislého kandidáta nebo volební agitace ve prospěch kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta, zejména veřejné oznámení určené na jejich podporu anebo sloužící v jejich prospěch, včetně jakékoliv doprovodné akce, za které se poskytne nebo obvykle poskytuje úplata. Za volební kampaň se považuje i sdělení v neprospěch jiné kandidující politické strany, politického hnutí, koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta.“

Zákon č. 322/2016, Sb.

vymezení kampaně

cíle, charakteristiky a funkce

- ▶ vytvořit trh s novým zbožím
- ▶ zlepšit image
- ▶ zvětšit povědomí o značce
- ▶ udržet dosavadní příznivce
- ▶ nabídnout konkrétní výhody produktu



cíle, charakteristiky a funkce

- ▶ informování
- ▶ přesvědčení
- ▶ posílit stávající podporu
- ▶ mobilizování

... voličů

David T. Danver & H. T. Gordon Hands

orientace kampaně na:

- ▶ kandidáta
- ▶ politickou stranu
- ▶ tvorbu image
- ▶ obsahová kampaň

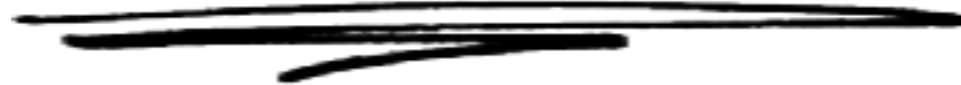
klasifikace

kritéria?

klasifikace

- ▶ historické hledisko
- ▶ náročnost
- ▶ organizace
- ▶ komunikace

II.
financování



MUNI

financování politických stran & kampaní

zákony / pravidla v ČR

financování politických stran & kampaní

- ▶ příspěvek za hlas (> 1,5 %) **100 Kč / hlas**
- ▶ příspěvek na činnost (> 3 %) **6 000 000 Kč** ročně
 - za každých dalších 0,1 % **200 000 Kč** ročně
- ▶ příspěvek na mandát:
 - poslanec / senátor **900 000 Kč** ročně
 - kraj / Praha **250 000 Kč** ročně

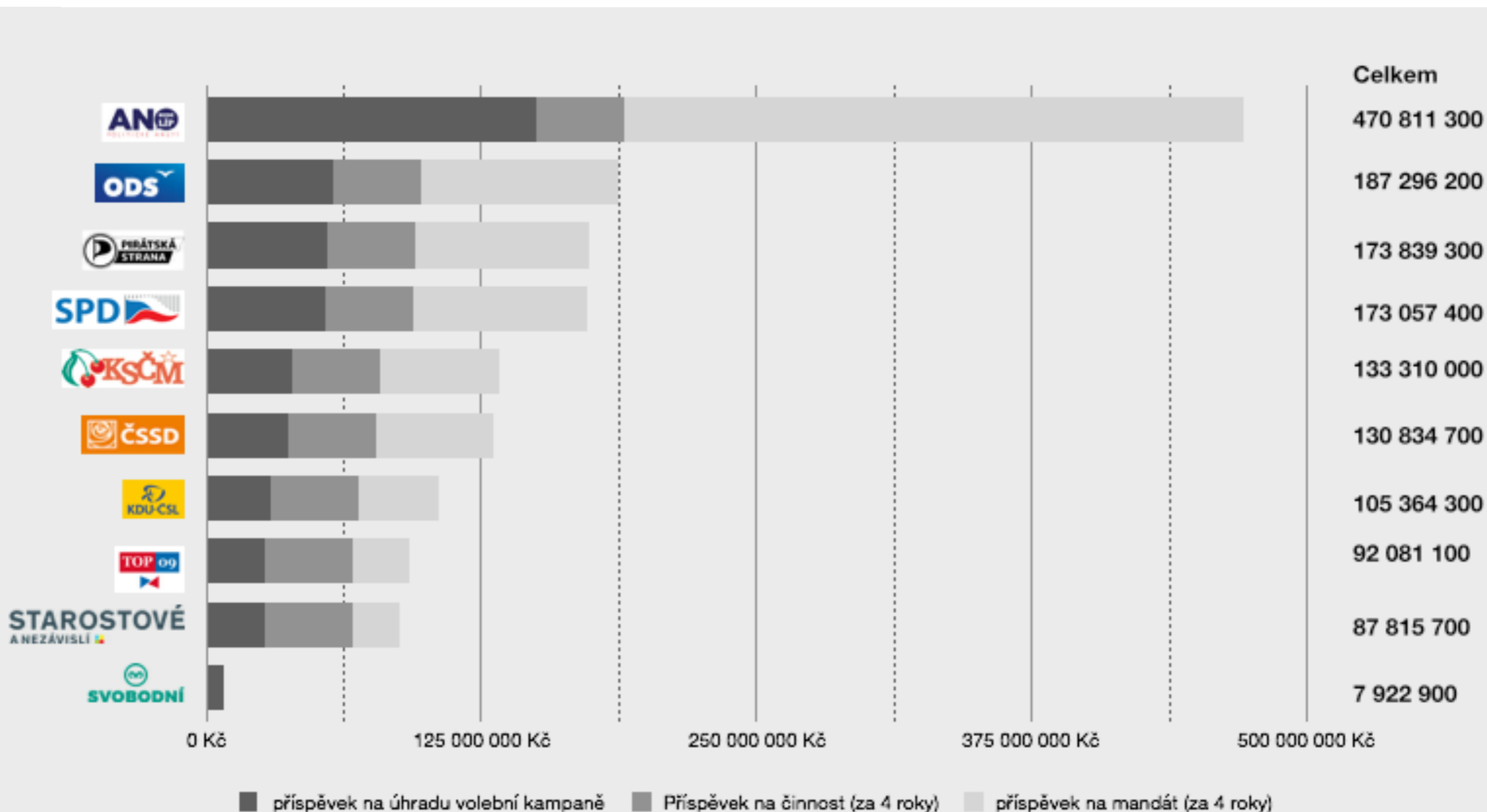
novinky od 2017

- ▶ UDHPSH
- ▶ registrovaná třetí osoba
- ▶ transparentní volební účet
- ▶ limity

limity?

- ▶ Volby do Poslanecké sněmovny: **90 mio Kč**
- ▶ Prezident: **40 mio Kč / 50 mio Kč**
- ▶ Evropský parlament: **50 mio Kč**
- ▶ Krajské volby: **7 mio Kč / kraj**
- ▶ Senát: **2 mio Kč / 2,5 mio Kč**
- ▶ na příjmu:

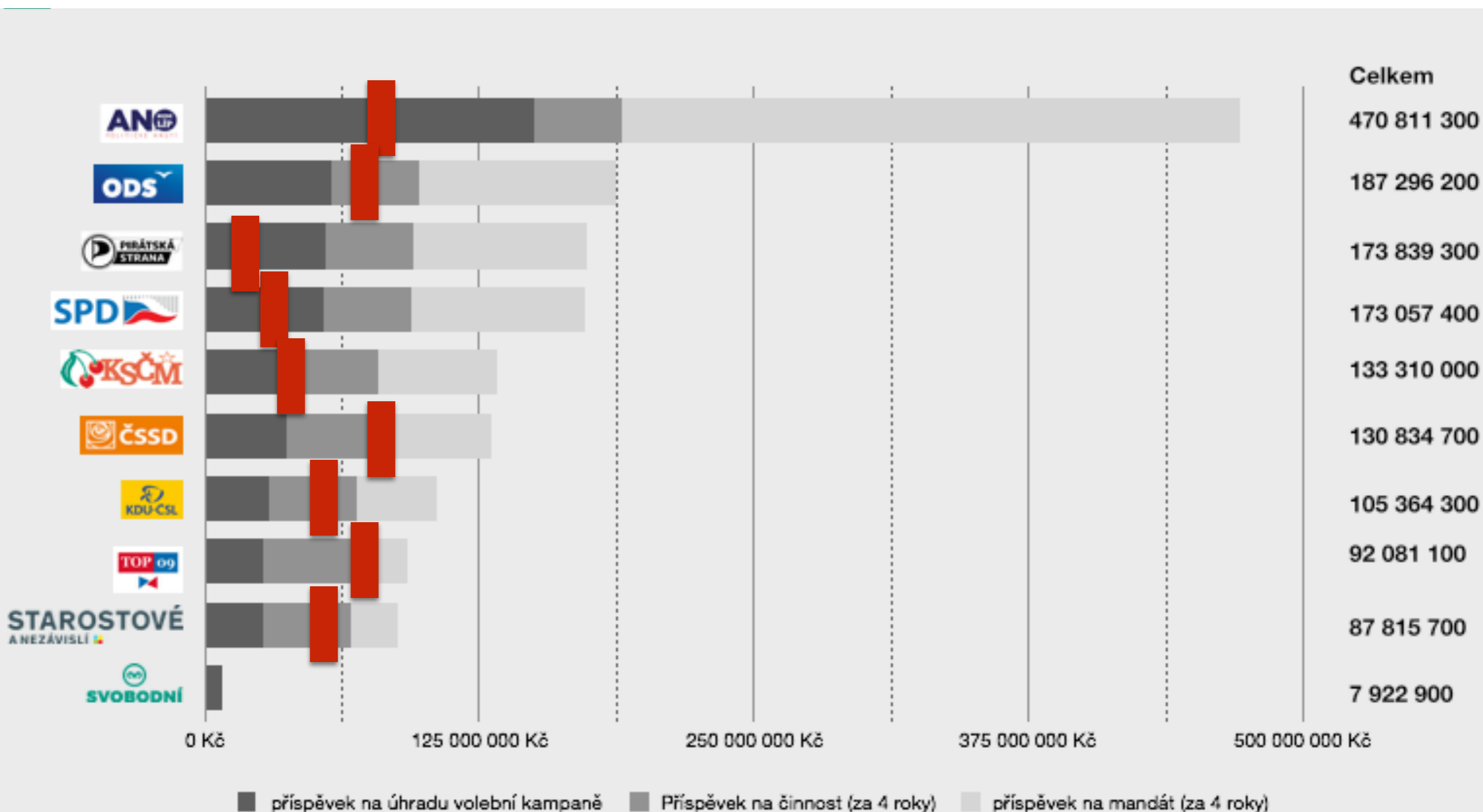
kolik a za co?



výdaje na kampaň

- ▶ ANO: 84,5 mio Kč
- ▶ ČSSD: 85,4 mio Kč
- ▶ KDU-ČSL: 55,6 mio Kč
- ▶ KSČM 35,4 mio Kč
- ▶ ODS: 82,7 mio Kč
- ▶ Piráti: 16,3 mio Kč
- ▶ SPD: 33,2 mio Kč
- ▶ STAN: 56,7 mio Kč
- ▶ TOP 09: 74,8 mio Kč

výdaje & výnosy



principy financování

- ▶ rovnosti
- ▶ svobody
- ▶ veřejnosti
- ▶ kontroly

(Outlý 2001)

proč to všechno?



WELCOME

TO *Fabulous*

LAS VEGAS

NEVADA

MANDALAY BAY

MANDALAY BAY

MGM GRAND

Got Comps

VACANCY

Klondike

cíle financování

- ▶ možnost svobodně se účastnit politické soutěže
- ▶ hmotně zabezpečit fungování politické strany mezi volbami
- ▶ komunikace s voliči
- ▶ možnost pro příznivce strany podpořit názory a záměry hmotnými prostředky
- ▶ zamezit střetu zájmů a korupci
- ▶ omezit státní náklady na reprezentanty demokracie

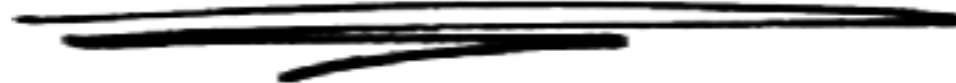
2x2 způsoby financování



MUNI

jak začít?

III.
plán kampaně





plán kampaně

- ▶ timing
- ▶ celkový rámec kampaně
- ▶ plán po měsících
- ▶ po týdnech
- ▶ po dnech
- ▶ po hodinách



úspěšná kampaň je **naplánovaná** kampaň.

nad čím se zamyslet **před** začátkem kampaně?

získejte co možná **nejvíc** informací.

výzkumy



kvantitativní

kvalitativní

výzkumy

- ▶ benchmark polls
- ▶ focus groups
- ▶ analýza volebního obvodu
- ▶ SWOT
- ▶ analýza konkurence

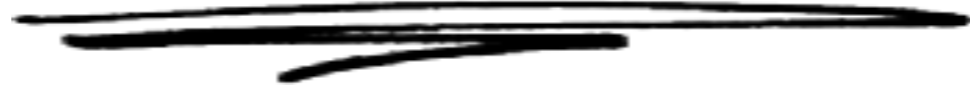
MUNI



MUNI



IV.
volební tým

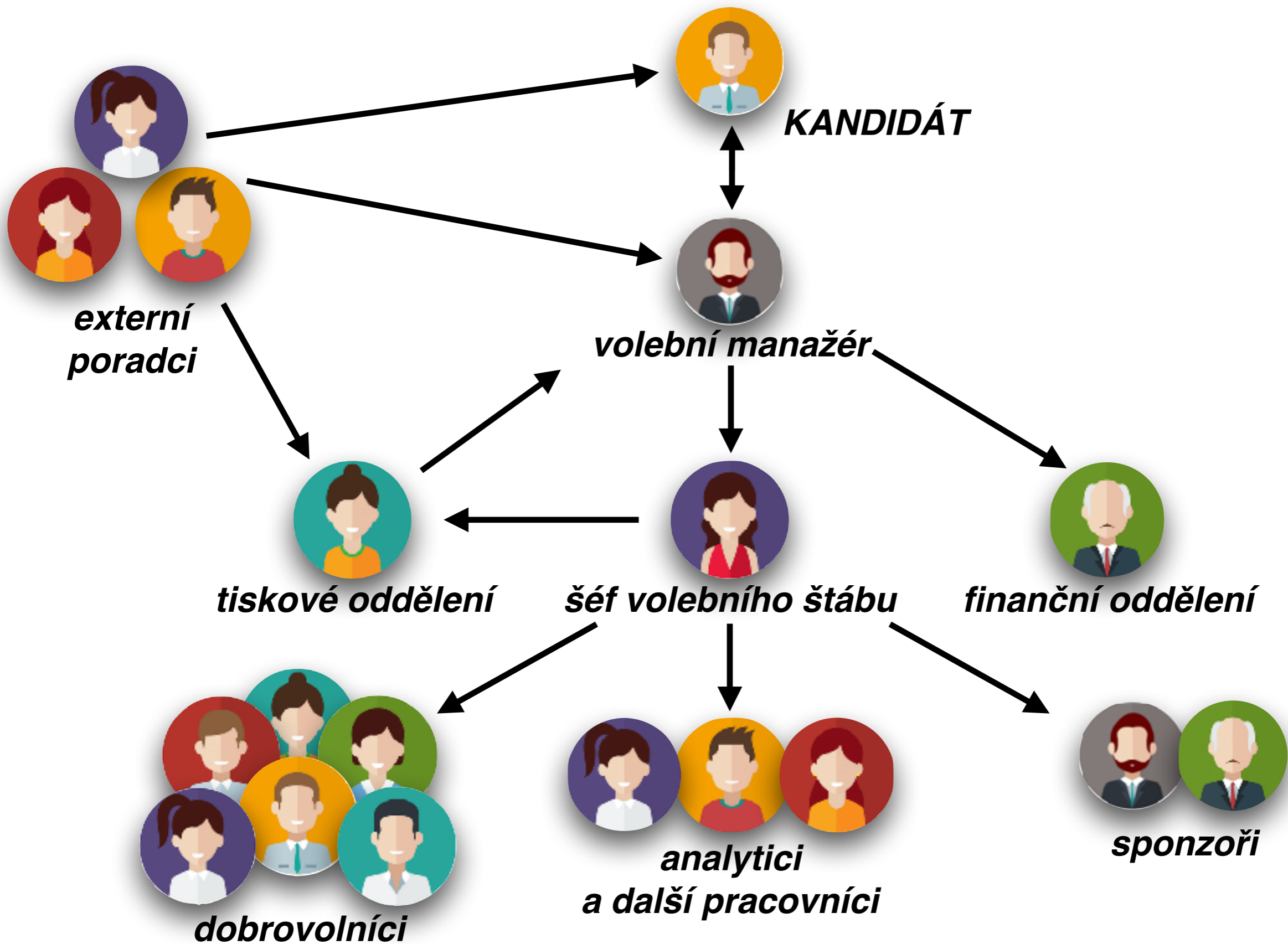


M U N I

„... ten správnej tým!”



MUNI



struktura a organizace volebního týmu

celostátní vs. regionální

centralizovaná vs. decentralizovaná

horizontální vs. vertikální členění

struktura a organizace volebního týmu

Volební manažer

- ▶ po kandidátovi nejdůležitější osoba v kampani
- ▶ vybraný buď kandidátem, nebo poradci
- ▶ finanční zodpovědnost
- ▶ kontroluje celý tým a průběh celé kampaně
- ▶ 24/7



struktura a organizace volebního týmu

Šéf volebního štábu

- ▶ u nás často zastává volební manažer
- ▶ logistika a koordinace celé kampaně
- ▶ administrativní práce
- ▶ rychlá rozhodnutí
- ▶ information flow

struktura a organizace volebního týmu

Pokladník

- ▶ fundraising, sponsoring, partneři
- ▶ financování kampaně
- ▶ finanční strategie
- ▶ poptávání, zakázky, fakturování

struktura a organizace volebního týmu

Tiskový mluvčí

- ▶ musí vždy mluvit za kandidáta !
- ▶ vždy na straně kandidáta
- ▶ mediálně exponovaný
- ▶ krizový management
- ▶ flexibilita
- ▶ improvizace



takže co je **potřeba** do začátku?

- ▶ legislativní rámec
- ▶ volební štáb
- ▶ průzkum veřejného mínění
- ▶ strategie (vize → strategie → taktika)
- ▶ finance
- ▶ SWOT
- ▶ sdělení
- ▶ plán komunikace
- ▶ harmonogram
- ▶ dobrovolníci

čeho se držet

cíle.

plánu.

strategie.

implementace.

desatero úspěšné kampaně

1. měj **úctu** ke svému týmu
2. drž se **sdělení**
3. zacházej s **penězi** jako s vlastními
4. **nelži**. nikdy!
5. vyhrať přes **srdce**, ne rozum
6. začni **včas**
7. **připrav se**. na vše.
8. znej svoji **pozici**
9. znej svoji **cenu**
10. s nevěrou se to má stejně jako s lhaním

děkuji za pozornost.

mgregor@fss.muni.cz