

اهمیت پیام فردی



مدرس : دکترا علی دادپے

w w w . y a l d a n e t w o r k . o r g

سرفصل‌ها

- پیام چیست و چرا در انتخابات مهم است؟
- آشنایی با ابزارها و فن آوری ارتباطی و چگونگی استفاده از آنها
- چگونگی طرح علائق، برنامه‌ها و اهداف
- زندگی‌نامه یک نامزد انتخاباتی و اهمیت آن
- خلق یک تصویر ذهنی مناسب و زمینه ساز موفقیت



پیام انتخاباتی



پیام یک نامزد محصول نهایی است.
این پیام حاصل **برنامه‌ریزی**، **تهیه راهبرد انتخاباتی**، و
تعریف اولویت‌های مدیریتی و شهری است.





پیام چیست و چرا مهم است



پیام چیست؟



- هر انتخاباتی زمانی است برای تصمیم‌گیری
- مخاطب تمام پیام‌ها و شعارهای شما رأی دهندگان احتمالی هستند.
- پیام انتخابی با توجه به شرایط زمان و مکان و ویژگی‌های مخاطبان و رأی دهندگان انتخاب می‌شود.



پیام



- پیام معمولاً ترکیبی از کلمات مختصر و مفید است که یک تصویر واحد یا برداشت کلی را درباره نامزد انتخابی ارائه می‌دهند.
- پیام نامزد انتخاباتی بسیار تکرار می‌شود.
- پیام نامزد انتخاباتی متناسب با ارزش‌ها و خاستگاه نامزد انتخاباتی باید باشد.
- باید ریشه در واقعیت داشته باشد.
- نباید شامل جملات منفی و حمله به رقبا باشد.





کارکردهای یک پیام شخصی

پیام پنج کارکرد حیاتی دارد:

- معرفی و تعریف هویت نامزد انتخاباتی
 - متمایز کردن نامزد انتخاباتی از سایر نامزدها
 - کنترل بحث و گفتمان انتخابات
 - جذب مخاطب و رأی دهندگان
 - تضمین ارتباط پیوسته با رأی دهندگان احتمالی
- پیام زیربنا و چهارچوب تلاش انتخاباتی تمام نامزدهاست.





پیام و محیط

پیام شخصی علاوه بر متناسب بودن با ویژگی‌های فردی یک نامزد انتخاباتی باید:

- به طرح مسئله یا مشکلات موجود و نیاز به ارائه راه حلی برای آنها بپردازد.
- چرا این مسئله مهم است و این نامزد برای حل آن مناسب است.
- نامزد انتخاباتی چکار خواهد کرد؟
- دعوت به تلاش جمعی را در برداشته است.

شعار، پیام و برنامه

برنامه	پیام	شعار
طولانی	کوتاه	خیلی کوتاه
محتوای کامل و پیچیده	محتوای غنی	اطلاعات زیادی دربر ندارد
همه آن را نمی‌خوانند	مخاطب خاص	برای مخاطب عام



نمونه های پیام های موفق

مهندس نینا سیاهکالی مرادی از جمله نامزدهای دوره چهارم انتخابات شوراهای شهر قزوین بود که با کسب ۹ هزار و ۴۱۶ رأی به عنوان عضو علی البدل اول شهر قزوین به شورای شهر راه یافت ولی صلاحیتش در پی اعتراض گروه‌هایی، ۵۰ روز بعد از انتخابات رد شد. او که مدرک کارشناسی ارشد معماری سیستم‌های کامپیوتری داشت و در زمان انتخابات ۲۷ سال داشت از پیام «اندیشه جوان برای آینده جوانان» استفاده کرد که هم متناسب با او و زندگی کاری و علمی‌اش بود و هم برای جوانان شهر قزوین جذاب بود. موفقیت او در انتخابات علیرغم تبلیغات کم، بدلیل موفقیت او در جذب آراء بود.



آشنایی با ابزارها و

فن‌آوری‌های ارتباطی و

چگونگی استفاده از آنها



آیا در حوزه انتخاباتی
شما روزنامه یا هفته
نامه محلی وجود دارد؟
چند درصد از مردم
شهر این نشریات محلی
را می‌خوانند؟



مردم شهر بیشترین
اوقات فراغت را در کجا
می‌گذرانند؟ پارک،
خیابان، بازار یا
مساجد؟ در این محل‌ها
چه چیزی توجه ایشان
را جلب می‌کند؟



چه درصدی از جمعیت
شهر به پیام‌های
دیجیتالی (پیامک، پست
الکترونیکی، پیام از
طریق شبکه‌های
اجتماعی) واکنش نشان
می‌دهند؟



چه درصدی از جمعیت
شهر دارای تلفن همراه
هستند؟

اول بپرسید و یاد بگیرید

شبکه‌های اجتماعی موجود



SMS

پیامک



Telegram

تلگرام



Twitter

توییتر



Instagram

اینستاگرام



Facebook

فیس بوک



- در ایران بطور رسمی فیلتر است.
- با این حال شخصیت‌های سیاسی و اجتماعی بسیاری از آن برای ایجاد صفحه هواداران و پیام‌رسانی به گروه‌های مخاطب خود بهره می‌برند.
- نامزدهای انتخاباتی می‌توانند از ظرفیت‌های آن برای اعلام حضور انتخاباتی و خبررسانی درباره تلاش‌های‌شان بهره ببرند.
- برقراری ارتباط منظم و پیام‌رسانی پیوسته از طریق آن به گروه وسیعی از رأی‌دهندگان احتمالی ممکن نیست.



Facebook

فیس بوک



- به کاربران امکان به اشتراک گذاشتن عکس‌هایشان را می‌دهد.
- این شبکه در ایران فیلتر نیست.
- برای استفاده از این شبکه باید مجهز به یک تلفن همراه هوشمند بود که توانایی اتصال به شبکه اطلاعاتی و شبکه جهانی اینترنت را داشته باشد.
- استفاده از این شبکه برای نامزدهای شوراهای شهر در مناطق شهری پرجمعیت با کاربری گسترده تلفن‌های همراه بنظر مناسب می‌آید. با این حال در مناطق کم جمعیت لزوماً بهترین شبکه ممکن نیست.



Instagram

اینستاگرام



- شبکه توئیتر بیشتر کاربری خبری دارد تا پیام رسانی.
- برای خبررسانی درباره برنامه‌ها و رویدادهای دوران انتخابات استفاده می‌شود.
- در ایران فیلتر است.



Twitter

توئیتر



- تلگرام به عنوان یک نرم افزار ارسال پیامک وارد بازار شد و نقشی معادل یک شبکه اجتماعی پیدا کرد.
- ظرفیت های ایجاد گروه Group و کانال Channel .
- این نرم افزار علاوه بر ارسال پیامک می تواند فایل های تصویری و صوتی نیز ارسال کند.
- با استفاده از تلگرام نامزدهای انتخاباتی می توانند هم با فعالان ستاد انتخاباتی خود و هم با رأی دهندگان بالقوه در تماس باشند.
- محدودیت این نرم افزار در این است که تنها بر روی تلفن های همراه هوشمند با ظرفیت اتصال به شبکه اطلاعات (دیتا) قابل استفاده است.



Telegram

تلگرام



- قدیمی‌ترین شبکه اجتماعی است که هرگز نام شبکه اجتماعی نداشته است.
- پیامک‌های تلفنی یکی از در دسترس‌ترین روش‌های برقراری تماس با گروه‌های مخاطب هستند.
- برای باز کردن این پیامک‌ها به یک تلفن همراه هوشمند نیاز نیست و هر تلفن همراهی می‌تواند دریافت‌کننده این پیام‌ها باشد.
- پیامک بیشترین و گسترده‌ترین پوشش ارتباطاتی را در ایران دارد.



SMS

پیامک



مزایای پیامک



- ارتباط منظم و پیوسته با گروه مخاطب
- نظرسنجی پیامکی
- اطلاع از ائتلاف ها یا کناره گیری های احتمالی کاندیدا
- اخبار لحظه به لحظه انتخابات با پیامک
- اطلاعیه های مهم با ارسال پیامک
- قابلیت استفاده از پیام های مشابه در فضای تلگرام



• در استفاده از هر شبکه اجتماعی استفاده از هشتگ‌ها را فراموش نکنید.
• شما با قرار دادن # می‌توانید کلیدواژه‌های مورد نظر را به هشتگ‌های قابل جستجو تبدیل کنید.

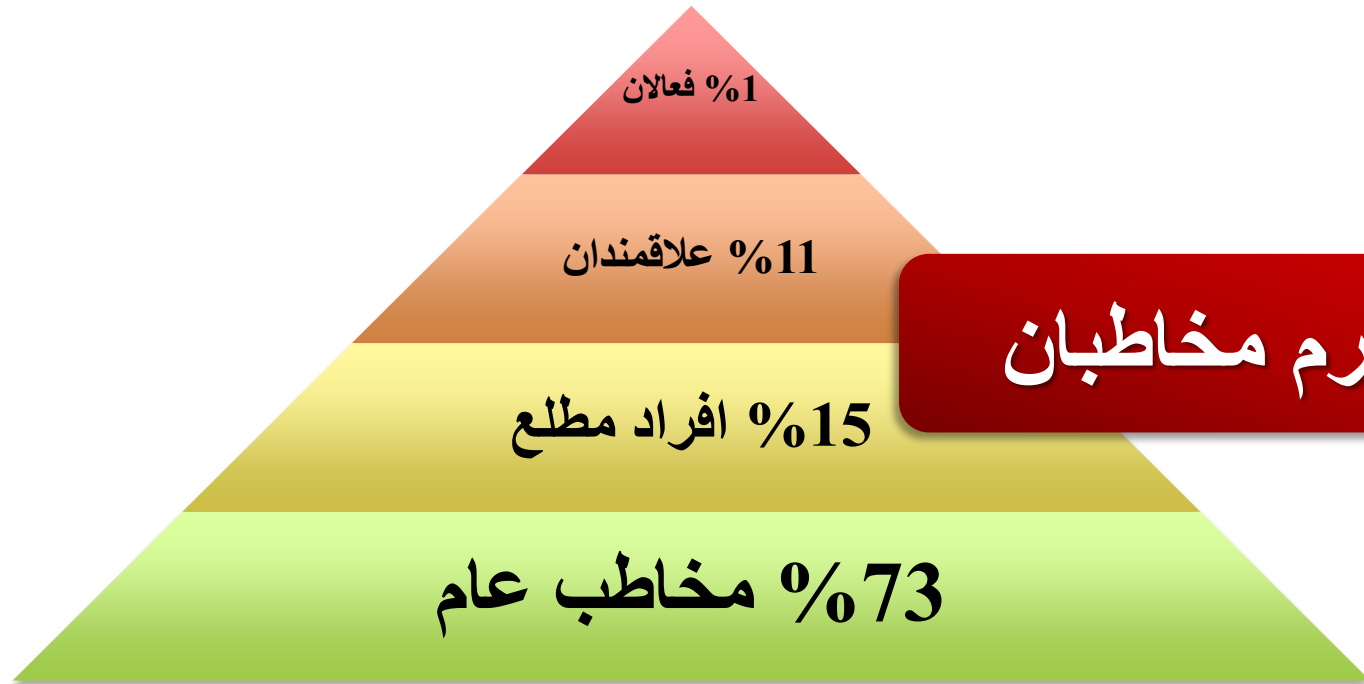


• شاید اولین هشتگی که بخواهید ایجاد کنید نام خودتان باشد. ولی فراموش نکنید برای گسترش میزان نشر پیام‌ها باید از هشتگ‌های دیگری هم استفاده کنید.

Hashtag

هشتگ





هرم مخاطبان

چگونگی طرح علائق، برنامه‌ها و اهداف

برای کدامین گروه؟

- هر فردی در زندگی چیزهایی را دوست دارد و اهدافی دارد. یک نامزد انتخاباتی علاوه بر اهداف و علائق برنامه هم دارد.
- انتخابات بازی اعداد است. راضی نگه داشتن یک درصد فعال، یازده درصد علاقمند و پانزده درصد مطلع خوب است ولی این سه گروه تنها ۲۷ درصد رای دهندگان را تشکیل می‌دهند.
- **مخاطبین عام** بزرگترین گروه رای‌دهندگان بالقوه هستند. در طراحی هر پیامی ابتدا باید ایشان را در نظر گرفت و علائق ایشان را شناخت و ارزیابی کرد.



پیام هدفمند

- پایگاه اجتماعی شما: کسانی که به شما باور دارند و از شما در هر شرایطی حمایت می کنند.
- پایگاه اجتماعی رقیب مخالف: افرادی که با شما کاملاً مخالفند و باورهای شما را مردود می دانند. هدف ایشان شکست شماست و تحت هیچ شرایطی به شما رأی نخواهند داد.
- گروه میانه: کسانی که یا نسبت به شما بی تفاوت هستند یا هنوز تصمیمی نگرفته اند. **پیام شما خطاب به این گروه از رأی دهندگان است.**
- گروه میانه را به خوبی بشناسید.



علائق شما و برنامه های شما

علاقه	ارتباط	نقش
ورزش	باعث شده است تا بخواهم به فراگیری ورزش های رزمی بپردازم و عضو هیات ورزش های رزمی در شهر هستم.	مرا با محدودیت های و فقدان تسهیلات و تاسیسات ورزشی در شهر برای جوانان و زنان آشنا کرده است. در صورت انتخاب شدن به شورای شهر می خواهم این تاسیسات را گسترش بدهم و مدیریت آنها را بهبود ببخشم.

در تنظیم شعار

- ارزش‌های مشترک: هر نامزد انتخابات شوراها با مردم شهر ارزش‌های مشترکی دارد، مشخص کردن این ارزش‌ها گام اول در طراحی یک شعار انتخاباتی جذاب است.
- منافع و فواید: مردم چگونه از برنامه‌های شما سود می‌برند و زندگی‌شان چگونه بهبود می‌یابد؟
- از زبان مناسب استفاده کنید: یک شعار باید از زبان مناسب بهره ببرد. سادگی شعار زیبایی آن است.
- شعار را بیازمایید: از شبکه های اجتماعی برای آزمودن شعارتان استفاده کنید.





زندگی‌نامه یک نامزد انتخاباتی و اهمیت آن

شما کی هستید؟

- برای رأی دهنده فقط این مهم نیست که امروز که هستید.
- داستان زندگی افراد است که تلاش‌های آنها را نشان می‌دهد.
- اهمیت زندگی‌نامه شما در سوابق و عناوینی که داشته اید نیست. درست است که عنوان‌ها و تجربه کاری هم مهم هستند، اما داستان زندگی شما مهم‌تر است.
- زندگی‌نامه شما را به رأی دهندگان معرفی می‌کند، به توانایی‌هایتان گواهی می‌دهد و نشان می‌دهد که آماده هستید نماینده آنها باشید.



چطور زندگینامه خود را آماده کنید؟

- صادق باشید و با دقت زندگی خود را مرور کنید.
- چالش‌هایتان را از دیدگاه خودتان ولی در چهارچوب جامعه بیان کنید.
- چرا سوابق شما مهم هستند و چطور شما را تعریف می‌کنند؟
- آن تجربه یا تجربیاتی که شکل دهنده شخصیت شما در زندگی بوده‌اند به شما انگیزه می‌دهند که امروز وارد رقابت‌های انتخاباتی بشوید چه هستند؟



نمونه پیام موفق انتخاباتی

زیبا صالح‌پور با سابقه‌ترین نماینده شواری شهر اهواز است که در آخرین انتخابات شوراها در این شهر بیشترین آراء را کسب کرده است.

این بانوی اول شهر اهواز به طور پیوسته بر لزوم گسترش فرصت‌های اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری، فضا سازی برای زنان در کلان‌شهر اهواز تاکید کرده است.

سوابق مدیریتی و فرهنگی او باعث شده است تا پیام او جدی گرفته بشود و متناسب با سوابقش باشد.

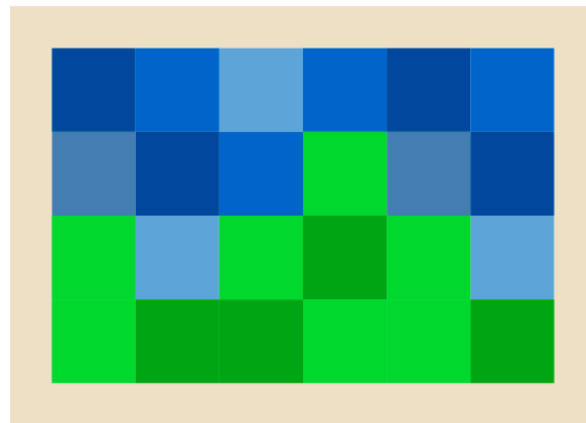
در انتخابات او عضو ائتلاف شهر امید با شعار «شهر برای همه» بود.



- تصویر ذهنی آن چیزی یا چیزهای است که یک مخاطب بخاطر می‌سپارد.

- هر مخاطب عام یک تصویر ذهنی از یک نامزد انتخاباتی دارد که مبنای قضاوت و واکنش او در برابر آن نامزد انتخاباتی است.

- تصویر ذهنی مثبت معمولاً ریشه در پیوندها، خاطرات و احساسات خوب دارد. در نتیجه می‌تواند زمینه ساز تعبیرهای وسیع‌تری باشد که به رای دهنده شهادت انتخاب این نامزد را می‌دهد.



تصویر ذهنی



www.yaldanetwork.com

www.facebook.com/yaldanetwork

www.aparat.com/yaldanetwork

telegram.me/yaldanetwork

© 2016 Yalda Network

تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به شبکه یلدا است.