

LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

SERIES **KNOWLEDGE IS POWER**



LES CAMPANYES **LOW COST**

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

DECÁLOGO DEL LOW COST **HIGHEST EFFICIENCY**



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

1

Cada euro se analiza con lupa: sea cual sea el destino en que se invierta, previamente se estudia cualquier otra posibilidad más económica. Se solicitan diversos presupuestos porque, aunque supone mucho trabajo, sí, se consigue ahorrar una ingente cantidad de dinero.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

2

Todo lo que se pueda hacer en casa, hazlo en casa: Siempre hay gente dispuesta a echar una mano dentro de la propia organización, profesionales voluntariosos que ponen ganas en lo que hacen.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

2

Todo lo que se pueda hacer en casa, hazlo en casa:

EJEMPLO: PLEGAR, RECORTAR, ENSOBRAR, ...



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

3

Elegir el medio dando en la diana y no gastar ni un euro allí donde se sabe que no está tu público objetivo: renunciar a los compromisos por amistad o simpatía. Profesionalidad al máximo, del minuto cero hasta el cierre de campaña.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

3

Elegir el medio dando en la diana:

EJEMPLO: VALLAS



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

4

Cada aparición en un medio de comunicación es un anuncio gratuito: hay que aprovecharlo para contar tu mensaje porque el **70%** del consumidor de información apenas mira la foto y lee el titular.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

4

Cada aparición es un anuncio gratuito:
EJEMPLO: RUEDAS DE PRENSA DIFERENTES_ROBA LA FOTO



LES CAMPANYES **LOW COST**

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

5

Las redes sociales como elemento multiplicador del mensaje a coste reducido: adaptarse al lenguaje de las redes es vital, el efecto multiplicación solo se conseguirá si trasmites bien y cuando corresponde.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

5

Las redes sociales multiplica el mensaje:

EJEMPLO: SEGMENTAR, ESCUCHAR Y CONVERSAR



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

6

Los puntos de información con programas o merchandising tienen que ser bidireccionales: escuchar es conocimiento. La red de voluntarios es una fuerza humana que se debe emplear pero, ojo, estando bien aleccionados, formándolos y contando con los recursos para responder adecuadamente.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

6

Informacióntienen que ser bidireccional:

EJEMPLO: ESPACIOS CÓMODOS, TRANQUILOS, QUE INVITAN A CHARLAR



LES CAMPANYES **LOW COST**

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

7

Invertir en encuestas bien realizadas es un ahorro para un futuro: detectará los nichos de votantes, sus preocupaciones e incluso dónde residen.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

8

Definir el nicho del votante es la forma de gastar sólo donde hay que gastar: hablar a quien realmente te quiere escuchar.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

9

La estrategia es clave, lo mismo que no salirse ni un milímetro de ella. Bajo ningún concepto: Estrategias de relato, marketing, creativa y de comunicación han de estar ligadas



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

9

La estrategia es clave:

EJEMPLO: TEORÍA 10/10/10. SIMPLIFICAR ES EFICAZ, PERO COMPLEJO



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

10

Haz tu campaña y no vayas a remolque de lo que propongan los demás: tú debes marcar tu camino.



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

El trabajo bien hecho tiene recompensas: duplicar los votos y reconocer la profesio- nalidad



LES CAMPANYES LOW COST

2 DE FEBRER. 19H. FÀBRICA LEHMAN

 USALAFUERZA.COM

ideograma