

7 груби **ГРЕШКИ**, КОИТО
ПОЛИТИЦИТЕ ДОПУСКАТ В
ИЗГРАЖДАНЕТО НА
СВОЯТА РЕПУТАЦИЯ



Активиране на социалните си профили, непосредствено преди изборите

Изключително грешен подход, тъй като всички алгоритми на социалните мрежи и техният начин на работа подкрепя и стимулира постоянство във активността на профилите. Това важи с пълна сила и за цялостния ПР на политиците или партията. По-добре по малко и постоянно, от колкото много, но само за месец!

А и не на последно място, избирателите искат да взаимодействат постоянно със своите избранници.



Troll-ене

Тук поговорката "Не е важно на мен да ми е добре, важното е на Вуте да му е зле", важи на 100%. В повечето случаи политиците и техните ПР-и предпочитат да "насолят" противниковата партия или кандидат, отколкото да изпъкнат със собствените си добри страни. Тази порочна практика все още съществува въпреки, че хората отдавна спряха да се интересуват и вярват на коментари, хорско мнение (освен ако не е на приятел/познат) и видимо нагласени постове.

Трябва да се запомни едно – колкото повече позитивни кампании, толкова по-лесно се гради доверие у избирателите.



Липса на сайт с ясно дефинирани цели, политики и стратегически виждания

Сайтът е мястото където политиците и политическите партии имат възможност да запознаят аудиторията от избиратели със своята политическа платформа, възгледи и намерения. В уеб сайта те могат на разбираем език да опишат всичко това и съответно да привличат още повече привърженици и гласове. Сайтът е платформа, която позволява да остане и занапред, да се подновява респективно когато е необходимо, както и е много добър инструмент за представяне в търсачките. И най-важното - това е мястото, където политиците и партиите могат да публикуват качествено и контролирано съдържание.



Липса на цялостен медиа мониторинг и „слушане” кой, къде и какво говори

Не е важно да се следят само водещите ежедневници

В днешно време по-голямата част от материалите, които се публикуват са онлайн. Освен популярни онлайн източници от големи медии, чиито материали и статии са предварително съгласувани и одобрени е важно да се следят какво хората говорят за тях във собствените си профили, блогове, форуми. Тотална заблуда е политиците да разчитат само на познати медии и да се доверяват единствено на тях. Потенциалните им избиратели не са там. Те имат собствено мнение и възгледи, които споделят не в 24 часа или Монитор, а в личния си профил, в блога на приятел или във форума на любимия му сайт.



Използване на чужда репутация

Какво се случва в предизборните кампании? - Множество концерти, събития и забавления на партията с известни и добре познати личности, т.е. политическите партии и политиците се възползват от тези личности с добра репутация и използвайки ги се стремят да повишат и своята. Това е възможно, но историята показва повече случаи на обратния ефект и как хората не одобряват използването на добри лица и утвърдени добродетели в предизборните кампании. По-добре предварително да се работи и да се изгради тази добра политическа репутация, отколкото да се използват краткосрочни и не толкова ефективни методи.



Създаване на позитивни и стойностни кампании

Никой политик или политическа партия не се концентрира върху създаване на приложения (мобилни или уеб), които да носят добавена стойност на потребителите, които ще ги използват. Хората казват, че мобилните приложения са страхотни и готини, но определено, не са за политическа агитация.

Също така се пренебрегва Wikipedia, като източник на достоверна и качествена информация. Wiki е сайт с голямо ниво на доверие и излиза в 95% от случаите на първа страница в Google.

Създаване на полезни уеб инструменти, които да ориентират гласоподавателите и да ги насочат за кой да дадат своят вот, също са сред пренебрегваните дейности от българските партии.



Follow up или какво се случи след това

Много голяма част от политиците и политическите партии не правят очерк на това, което са обещали и постигнали. Помислете какъв ефект би имал подобно нещо за репутацията на политика или партия за следващите избори.

Създаването на градивна кампания и изпъквайки положителните аспекти на партията или силен политик, ще донесе много повече ползи и доверие у гласоподавателите, в сравнение с черни ПР техники и негативни кампании.

