

ЭЛЕКТРОННАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ – 2023



ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО ГОЛОСОВАНИЯ В 2023 ГОДУ

Электронное голосование предъявляет новые требования к проведению мобилизации в онлайн среде.

В ЧАСТНОСТИ:

- Требуется наличие у избирателей активных аккаунтов на портале «Госуслуги»
- Необходимо подтверждение прописки избирателя
- Предусмотрена двойная система подтверждения авторизации избирателя (при регистрации в качестве избирателя и перед голосованием)

ВЫВОД: Необходимо привлекать к голосованию аудиторию избирателей более молодого возраста, способную голосовать через мобильные устройства и гаджеты

МОБИЛИЗАЦИЯ В СОЦСЕТЯХ ПРИВЛЕКАЕТ МОЛОДЕЖНУЮ АУДИТОРИЮ:

Наиболее популярная коммуникационная среда для избирателей молодого поколения – социальные сети (прежде всего ВК) и мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram).

Организация агитации и мобилизации в интернет среде происходит также, как и в классической избирательной кампании:

- Набор базы сторонников (микротаргетинг аудитории)
- Знакомство и агитация за кандидата (повышение лояльности аудитории)
- Мобилизация сторонников (мотивация к голосованию)
- Контроль голосования (скриншоты экрана)

Главное преимущество интернет-мобилизации – онлайн аудит и контроль ситуации

Вывод: Интернет-мобилизация позволяет работать с избирателями, которые обычно не участвуют в выборах (молодежь, аудитория среднего возраста). При этом онлайн мобилизация более контролируема, чем традиционная.

ИЗБИРАТЕЛИ ПОЛУЧАЮТ ТОЛЬКО ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЕ СООБЩЕНИЯ:

Микротаргетирование аудитории подразумевает персональный подход к коммуникации с избирателями. Микротаргетинг в соцсетях базируется на инструментах привлечения целевой аудитории и адаптирует сигнал под интересы микрогрупп избирателей. Микротаргетинг в мессенджерах основан на геотаргетинге и инструментах чат-ботов.

ВЫВОД: Главная задача мобилизации сторонников в соцсетях и мессенджерах – организация персонализированной нативной коммуникации с избирателями.



ЭТАПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОНЛАЙН АГИТАЦИИ:

- 1 ЭТАП** Постановка задачи (регион, округ) На данном этапе разрабатывается и утверждается ТЗ, определяются плановые показатели, инструменты коммуникации (соцсети, мессенджеры).
- 2 ЭТАП** На этом этапе прорабатываются микроаудитории избирателей и разрабатываются индивидуальные коммуникационные воронки. Производится микротаргетинг аудиторий.
- 3 ЭТАП** Тестирование агитационных гипотез на микроаудиториях. Бета-тестирование коммуникационных сценариев.
- 4 ЭТАП.** Реализация проекта на массовой аудитории
- 5 ЭТАП.** Онлайн контроль и отчетность

МОБИЛИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЕЙ ЧЕРЕЗ ИНСТРУМЕНТЫ ОНЛАЙН ГОЛОСОВАНИЯ

Голосование избирателей – показатель эффективности онлайн кампании. Для улучшения показателей мобилизации могут быть использованы различные механизмы в зависимости от мобилизуемой микрогруппы избирателей.

ВЫВОД: Разработка персональных эффективных мотиваций для микрогрупп напрямую влияет на конверсию агитационных мероприятий в мобилизационные

ВИДЫ МОБИЛИЗАЦИОННОЙ МОТИВАЦИИ ИЗБИРАТЕЛЕЙ:

- Монетарная
- Идеологическая
- Развлекательная
- Патриотическая
- Административная
- Производственная

POLITPROJECT – ОНЛАЙН ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОНЛАЙН АГИТАЦИИ И МОБИЛИЗАЦИИ

Нами разработана специализированная платформа, объединяющая в себе все необходимые инструменты для проведения онлайн агитации в социальных сетях и мессенджерах.

Программный комплекс Politproject – победитель премии Российской Ассоциации Политконсультантов 2020 года в номинации «Новые технологии». Программный комплекс Politproject третий год подряд используется онлайн технологами в разных регионах РФ для онлайн агитации и мобилизации.

