



Existem exemplos atuais de marketing político que são interessantes que marcas e políticos o conhecem. Quando Barack Obama percebeu que não teria o apoio dos grandes empresários para vencer as eleições em 2008, ele decidiu mudar e se tornar o primeiro político 2.0.

As ferramentas, os recursos e as opções personalizados que disponibilizam a Internet para qualquer pessoa e, é claro, seu uso funcional, são aqueles que tornaram o marketing digital uma influência significativa na política moderna. Você quer saber como?

[Quanto custa o SEO de uma pequena empresa em 2020](#)

Os melhores exemplos de marketing político





1.- 100.000 peças de conteúdo na campanha de Trump

Nos primeiros dias da campanha de marketing político de Trump, seu estrategista digital, Brad Parscale, recebeu um pequeno orçamento com o objetivo de expandir o banco de dados. O estrategista tomou uma decisão e investiu todo o dinheiro em anúncios no Facebook. No início, incluía os nomes, endereços de email e números de telefone de alguns dos seguidores de Trump na plataforma.

Depois, ele escolheu usar o público personalizado para unir essas pessoas com seus perfis no Facebook. Além disso, com a ferramenta " [opções de segmentação de público](#) " do Facebook , os anúncios podem fazer um curso ou outro com base na atividade do usuário, afinidade étnica ou dados demográficos, como localização, idade, sexo ou interesses.

Em seguida, o estrategista ampliou seu "radar" usando o " [público semelhante](#) ", uma ferramenta potente que permite encontrar pessoas no Facebook com qualidades comuns. Significa, nesse caso, possíveis seguidores de Trump.

Além disso, a Parscale também implementou software para otimizar o design e a entrega dos anúncios no Facebook. **A campanha gerou tantos anúncios que 100.000 páginas de destino diferentes foram criadas. Cada um direcionado para diferentes segmentos.** Como resultado, mais de 100.000 peças de conteúdo foram criadas.

2.- Anúncios Trump e Facebook



Entre os exemplos de marketing político, é interessante continuar com outro dos mais atuais. Que, precisamente, está vinculado a dois dos canais mais potentes do momento: Facebook e Instagram .

É sobre a história de como a campanha de Trump usou dados diferentes para criar anúncios personalizados nas redes sociais. **Ele investiu 150 milhões de dólares em anúncios no Facebook e Instagram nas últimas semanas das eleições.** Dessa maneira, seria capaz de influenciar afro-americanos e mulheres mais jovens.

Felizmente para um banco de dados personalizado chamado “ *Alamo Project* ”. Esse banco de dados foi criado com dados de diferentes origens. Contribuições digitais e pessoais e simpatizantes da causa. Assim, ele também teria alguma esperança de atrair os seguidores de Hillary Clinton.



Supressão de votos

Como explicou um alto funcionário do partido Trump na Business Week, foram lançadas três operações essenciais para a supressão de eleitores. E todos os três foram direcionados para os três setores em que Clinton estava focado:

- Liberais brancos.
- Mulheres jovens
- Afro-americanos

No entanto, os melhores exemplos de marketing político são aqueles que atingem seus objetivos da maneira menos esperada. Mas, também, usando ferramentas e recursos disponíveis para qualquer pessoa.

Por exemplo, a equipe digital de Trump criou um desenho de South Park ao estilo de Hillary Clinton, com um título muito conciso: *“Super Predador”*. Enquanto o texto que foi incluído no conteúdo persuadiu da seguinte forma: *“Hillary pensa que os afro-americanos são super-predadores .”*

Mas isso não foi tudo. Essa imagem conseguiu alcançar esses três segmentos através da **publicação de páginas ocultas do Facebook** .

Após as eleições, Mark Zuckerberg compartilhou sua opinião sobre isso. Ele ressaltou que a ideia de que as “notícias falsas” do Facebook foram as que influenciaram as pesquisas foi uma ideia bastante louca. Mas a verdade é que esse investimento na rede social teve uma influência significativa.

[Precisa elaborar uma estratégia de vendas? Aqui está tudo o que você precisa saber](#)

3.- Estratégia do Twitter de Trump em suas duas contas



oficiais

Durante a Assembléia Geral das Nações Unidas (AGNU), cidadãos de todo o mundo testemunharam como os líderes mundiais expressaram suas idéias. Mas **a comunicação de Trump durante esse período é um dos exemplos mais estruturados e organizados de marketing político via Twitter.**

Nenhum passo ruim é dado. Donald Trump tem duas contas oficiais, [@realDonaldTrump](#), com 48,6 milhões de seguidores e [@POTUS](#), com 22,4. Ambas as declarações são ativas e refletem um comportamento de comunicação muito diferente.

Sobre o que Trump fala em cada conta?

Os tópicos abordados em cada conta são muito diferentes. E eles não são escolhidos aleatoriamente. Além da Assembléia Geral das Nações Unidas, os principais tópicos discutidos no @POTUS durante esse período foram:

- Desastres naturais
- Dias comemorativos
- A própria família de Trump

No entanto, o mais considerado da conta @realDonaldTrump foi:

- Controvérsias nacionais
- Atendimento médico
- Atividades diárias de Trump

No entanto, 35% do total de tweets do @POTUS estavam na UNGA, enquanto o @realDonaldTrump tinha apenas 19% desse tópico.



E qual é o tom da mensagem dele?



Donald J. Trump  @realDonaldTrump · 24 sept. 

Just heard Foreign Minister of North Korea speak at U.N. If he echoes thoughts of Little Rocket Man, they won't be around much longer!

 50K

 37K

 133K



O tom das mensagens que ele usou na conta @realDonaldTrump tende a ser mais direto, polêmico e instiga crenças pessoais, enquanto o @POTUS não tem voz nenhuma. Sua estratégia se concentra em fazer retweets que deixam Trump como um personagem totalmente neutro e diplomático.



↻ President Trump retweeted



Dan Scavino Jr. @Scavino45 · 19 sept.

.@POTUS @realDonaldTrump and @UN Secretary-General @AntonioGuterres pose for 📷 prior to their expanded bilateral meeting. #USAatUNGA 🇺🇸 #UNGA 🌐



Donald J. Trump, President Trump, The White House y 7 más

💬 856 ↻ 3,9K ❤️ 20K ✉️

Influência baseada em menções

Durante a Assembléia, o @POTUS recebeu 151.501 menções de 59.553 usuários. Enquanto @realDonaldTrump gerou 223.396 menções de 108.448 usuários. O que esses exemplos de marketing político significam? O que essas conclusões revelam?

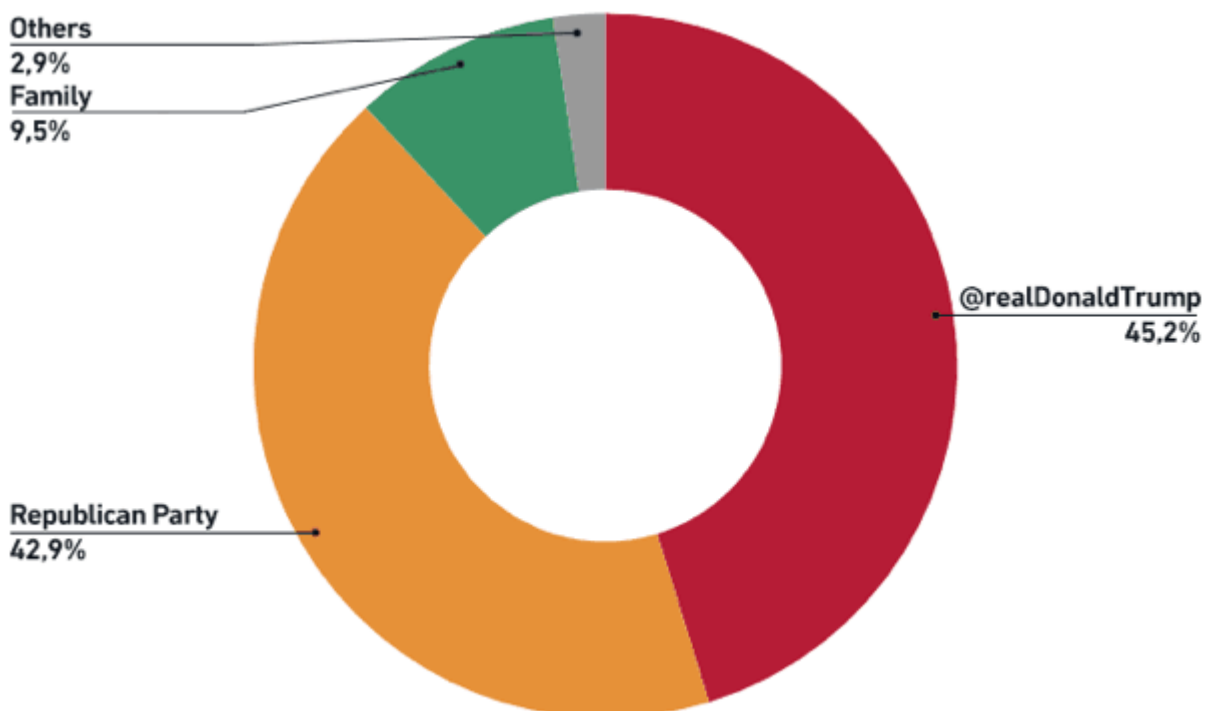


Sem hesitar, **sua conta conseguiu causar um maior envolvimento em seu público.** Além disso, como mostram os perfis @realDonaldTrump e @POTUS, ambas as contas têm públicos muito diferentes. E este é um dos exemplos mais diretos e evidentes de marketing político que você pode encontrar.

Dessa forma, a eficácia da estratégia de cada conta é confirmada, pois cada uma é usada para atrair metas personalizadas.

[O que é gerenciamento de mídia social e por que você precisa de uma empresa de gerenciamento de mídia social](#)

Tweets e retweets durante a UNGA



O conteúdo do feed @POTUS durante a montagem foi de 100% retuítes. Trump não escreveu um único tweet original. Quase todo o feed @POTUS foi composto de retweets. Em setembro, apenas um tweet original foi publicado.



Do total de retweets @POTUS durante a AGNU, 45,2% são de @realDonaldTrump, 42,9% são de membros republicanos e 9,5% de contas de parentes de Trump. O contraste é mais do que evidente. 88% do conteúdo de @realDonaldTrump durante a AGNU eram tweets originais escritos por ele mesmo.

No entanto, é um dos **exemplos de marketing político chamado “o senhor e o escravo”**, uma vez que a principal função do @POTUS é retweetar @realDonaldTrump, outros republicanos e sua própria família. Excluindo, assim, as mensagens que podem gerar controvérsias e reforçando esse perfil neutro de caráter e tom diplomático.

No entanto, @realDonaldTrump é o principal líder que promove as opiniões pessoais de Trump em relação aos Estados Unidos e ao mundo.

4.- SMS Marketing na campanha de Obama

Outro dos exemplos mais importantes de marketing político é o que Obama usou, que também deu muito o que falar. O ex-presidente dos Estados Unidos deu várias lições sobre como usar espaços digitais para criar estratégias. Por exemplo, ele ensinou que:

1. Sites de alto desempenho levaram o usuário a se converter.
2. Os testes A / B foram a base na escolha do conteúdo e na criação de diferentes frases de ação no seu site.
3. Ele também incorporou suas propostas nas páginas de agradecimento, onde o público era mais receptivo.
4. Usando o email marketing para criar lealdade do usuário.
5. As redes sociais e o blog foram totalmente integrados em cada etapa de sua estratégia digital.
6. Todas as campanhas foram segmentadas.

Mas tem mais A equipe de marketing de Obama sabia como aplicar o SMS



para divulgar diferentes conteúdos. O site “ *YouObama* ” foi criado com referência ao YouTube para compartilhar vídeos de suas ações políticas e **foi um dos primeiros candidatos políticos a tirar proveito das funções de redes sociais como Facebook e Twitter**. Mesmo assim, atualmente, seus perfis são considerados histórias de sucesso absolutas.

5.- Obama, influenciadores e conteúdo em vídeo

Existem conteúdos específicos que impactam mais que outros. E um **vídeo** é o principal. Mas, todos os exemplos de marketing político têm o mesmo potencial? Se você fizer uma pesquisa rápida no Youtube com o nome de qualquer candidato, poderá encontrar centenas de músicas criadas por seguidores.

No entanto, **você encontrará apenas um criado por Will.i.am com 30 atores e músicos famosos. A música criada para Obama.**

No site da música, YesWeCanSong.com, Will.I.Am diz que se inspirou para fazer o vídeo depois de ouvir o famoso discurso de Obama. Dessa forma, ele reuniu Jesse Dylan, filho de Bob Dylan, para dirigir o projeto.

Em dois dias, conseguiram cerca de 30 celebridades que apoiaram Obama no estúdio. Entre eles, Kareem Abdul Jabbar, Tatyana Ali, Nick Cannon, Common, Kelly Hu, Scarlett Johansson, John Legend, Nicole Scherzinger e Kate Walsh.

O vídeo, em formato preto e branco, mostra uma mistura de celebridades cantando e falando palavras no discurso de Obama em New Hampshire.

A campanha de Obama disse que não tinha nada a ver com a criação e distribuição de “Yes We Can”, mas conteúdo tão poderoso quanto um vídeo que conta com a participação de tantos influenciadores, não podia ser passado.

Esses exemplos de marketing político provam que a organização, o planejamento e a segmentação são essenciais para alcançar os



objetivos . O resto é colocar as ferramentas certas para fazê-lo.
Provavelmente, plataformas profissionais . Deseja obter bons resultados? [Entre em Contato](#) para uma breve análise.

[Como o design do site afeta as vendas](#)