

INFLUENCIANDO A OPINIÃO PÚBLICA A FAVOR DA DATAPREV E DO SERPRO PÚBLICOS

Setembro de 2020

OBJETIVO

Conquistar apoio parlamentar suficiente para barrar as privatizações da Dataprev e do Serpro.

MEIOS

1. Contratar uma agência de marketing para promover uma campanha de influência da opinião pública através das mídias sociais, atingindo inclusive jornalistas, *influencers* digitais e congressistas. O objetivo é falar com todos os públicos, furando a bolha da esquerda que já se mostra mais favorável à causa. A campanha deve sensibilizar a sociedade sobre os riscos das privatizações da Dataprev e do Serpro, além de rebater os argumentos favoráveis às privatizações sejam do governo ou da imprensa. Sempre que oportuno, assuntos do noticiário serão explorados a nosso favor.
2. Contratar um assessor parlamentar para acompanhar o trâmite legislativo e intermediar encontros com parlamentares.
3. Fazer corpo a corpo com os parlamentares para conseguir barrar as privatizações da Dataprev e do Serpro.

DURAÇÃO

Até a questão das privatizações da Dataprev e do Serpro ser encerrada ou a verba para a campanha esgotar.

ESCOPO E CUSTOS

Conforme pesquisa prévia de mercado...

1. Pacote de anúncios em redes sociais

Descrição: verba para comprar espaço de anúncios nas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e/ou Youtube/Google) a serem utilizadas na campanha. Exatamente os anúncios que você vê quando utiliza as suas redes sociais ou faz uma pesquisa no Google.

Os anúncios serão personalizados de acordo com a segmentação do público-alvo.

Custo aproximado: R\$ 5 mil/mês

Medição dos Resultados: as plataformas possuem ferramentas aprimoradas de relatórios que mostram a quantidade de vezes que o anúncio foi exibido e que houve interação por parte do usuário.

2. Agência de marketing digital básica

Descrição: equipe de marketing com gerente, design e redator vai produzir conteúdo (imagens, memes, textos, *site*) para ser veiculado nas redes sociais escolhidas. Será construída uma base de relacionamento com as pessoas que aderirem à campanha e estas receberão novos materiais constantemente.

Custo aproximado: R\$ 5 mil/mês

Medição dos Resultados: tamanho da base de relacionamento. Quantidade e qualidade dos materiais produzidos. Quantidade de alcance das publicações em redes sociais.

3. Agência de marketing completa

Descrição: agência de marketing digital básica + criação da marca da campanha, assessor de imprensa para pautar jornalistas, funcionários para monitorar e responder comentários negativos em redes sociais, funcionários para conversar com pessoas no WhatsApp, contatos com *influencers* digitais.

Custo aproximado: R\$ 20 mil/mês

Medição dos Resultados: tamanho da base de relacionamento. Quantidade e qualidade dos materiais produzidos. Quantidade de alcance das publicações em redes sociais. Engajamento de *influencers*. Reportagens favoráveis na mídia.

4. Assessor parlamentar e viagens de representantes

Descrição: profissional que monitora a agenda legislativa para verificar quando haverá eventos que nos interessam, além de mapear o perfil do Congresso e intermediar reuniões com congressistas suscetíveis à nossa causa. Alguns de nós precisarão se deslocar para Brasília para essas reuniões.

Custo aproximado: R\$ 15 mil/mês

Medição dos Resultados: relatórios de acompanhamento. Quantidade de contatos com congressistas.

FINANCIAMENTO

Financiamento coletivo através de doações dos empregados e demais simpatizantes, utilizando uma plataforma digital de financiamento coletivo para tal.

O financiamento é recorrente, ou seja, todo mês um valor fixo será debitado do cartão de crédito dos financiadores enquanto a pessoa não cancelar a inscrição ou a campanha perdurar.

Observar que essas plataformas cobram um percentual do valor arrecadado e isso será um custo indireto da campanha.

OPERACIONALIZAÇÃO

A ANED, Associação Nacional dos Empregados da Dataprev, estará à frente de todo o processo utilizando o seu CNPJ para fazer as devidas contratações.

TRANSPARÊNCIA FINANCEIRA

Além da medição de resultados mencionada na seção Escopo e Custos, haverá a prestação de contas dos valores arrecadados e utilizados ao longo da campanha.

NÃO-ESCOPO

1. Essa campanha NÃO GARANTE que as privatizações serão evitadas.
2. A princípio, não trabalharemos com mídias físicas (panfletos, outdoors, camisas...) nem com mídias tradicionais (TV, jornal e rádio).