



Ο στόχος μας είναι ένας και μόνο



Να κερδίσουμε τις εκλογές

**Να οδηγήσουμε τον κόσμο να απαντήσει
θετικά προς εμάς στο δίλημμα**

ΠΑΣΟΚ

ή

ΝΔ

Σημίτης

ή

Καραμανλής



ΤΟ ΔΙΛΗΜΜΑ

- ✓ Απο πολλούς έχει τεθεί το ερώτημα «πότε θέτουμε στον κόσμο το δίλημμα;» Το ανοίγουμε από τώρα και προσπαθούμε να δημιουργήσουμε κλίμα ανασφάλειας για τον αντίπαλο, ή λειτουργούμε ανάποδα; Δηλαδή δημιουργούμε το γόνιμο εκείνο έδαφος, ώστε το δίλημμα να είναι η κορύφωση που θα μας οδηγήσει στην νίκη.
- ✓ Σκεφτείτε τον Σαίξπηρ και φανταστείτε στο έργο του να έχτιζε συνεχώς στο «to be or not to be», στο τέλος δεν θα είχε καμία αξία.
- ✓ Εάν τεθούν από τώρα τα διλήμματα, θα οδηγήσουμε τον κόσμο μαθηματικά στην απόρριψη και ας μην ξεχνάμε το εξής:

Η απάντηση σε ένα τέτοιο δίλημμα, δεν είναι μια οικονομιστική εσωτερική ανάλυση οφέλους – ζημιάς όπου το αποτέλεσμα θα μου δώσει το επιχείρημα να στηρίξω την επιλογή μου. Μην ξεχνάμε τι είδους άνθρωπος είναι ο Έλληνας και πως λειτουργεί το θυμικό του.



*Διότι κάθε άνθρωπος πιστεύει ότι ο σύντροφός του πρέπει να τον αξιολογήσει το ίδιο
όπως αξιολογεί εκείνος τον εαυτό του. Και με τα πρώτα σημάδια περιφρόνησης ή
υποτίμησης ενστικτωδώς πασχίζει, όσο βέβαια έχει το θάρρος να το κάνει...
να αποσπάσει με τη βία την εκτίμηση εκείνων που τον περιφρόνησαν τιμωρώντας τους
και από άλλους παραδειγματίζοντάς τους.*

- Τόμας Χομπς, «Λεβιάθαν»



Θυμοειδές Συνδέεται κατά κάποιον τρόπο με την αξιολόγηση που κάνει κάποιος για τον ίδιο του τον εαυτό.

Έμφυτη Ανθρώπινη αίσθηση δικαιοσύνης Οι άνθρωποι θεωρούν ότι ο εαυτός τους έχει κάποια αξία και όταν σε αντιμετωπίζουν σαν να αξίζεις λιγότερο – δεν αναγνωρίζουν την αξία σου στην ακριβή της τιμή – οργίζονται / αγανακτούν.

Αντίστροφα όταν βλέπουμε τους άλλους ανθρώπους να διαπιστώνουν ότι δεν ζούμε σύμφωνα με την ίδια την αίσθηση αυτοσεβασμού, τότε αισθανόμαστε ντροπή και όταν μας αξιολογούν δίκαια, υπερηφάνεια.



Ο ΕΛΛΗΝΑΣ

- ✓ Είναι ένας θυμικός άνθρωπος που οργίζεται και πασχίζει για την ίδια του την αξιοπρέπεια και την αξιοπρέπεια της οικογένειάς του (ιδανικά και των συμπολιτών του).
- ✓ Ζει σε μια χώρα όπου το ΠΑΣΟΚ εγκαινίασε μια περίοδο απίστευτα γρήγορης κοινωνικής αλλαγής. Η κοινωνία μετασχηματίστηκε σε μεγάλο βαθμό σε αστική, πλούσια, δημοκρατική, προώθησε την αγροτική μεταρρύθμιση, σύγχρονη νομοθεσία, παρείχε την υποδομή για μια σύγχρονη πολύπλοκη κοινωνία, με ένταση πληροφοριών που εκσυγχρονίστηκε οικονομικά. Η ίδια όμως αυτή ανάπτυξη, προάγει νέες προσδοκίες και απαιτήσεις με τέτοιο ρυθμό, που προφανώς δεν μπορούν να ικανοποιηθούν.
- ✓ Συγκρίνει την κατάστασή του, όχι με εκείνη των παραδοσιακών κοινωνιών, αλλά με εκείνη των πλουσιότερων χωρών με αποτέλεσμα να αισθάνεται θυμό.



Ο ΕΛΛΗΝΑΣ

✓ Σήμερα στην Ελλάδα, το «επίσημο όριο φτώχειας» προφανώς ανταποκρίνεται σε μια ποιότητα ζωής πολύ υψηλότερης από το παρελθόν και βεβαίως η φτώχεια ή η στέρηση, αποτελούν έννοιες σχετικές και εκπορεύονται από το συμβολικό ρόλο του χρήματος ως πλούτου.



✓ Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι ο Έλληνας αισθάνεται πιο ικανοποιημένος, επειδή το αίσθημα της αυτοεκτίμησής του δέχεται προσβολή. Το αίσθημα αξιοπρέπειας που διαθέτει δεν αναγνωρίζεται.



✓ Είναι φανερό ότι η ζωή σήμερα τον αναγκάζει να κάνει ηθικούς συμβιβασμούς σε καθημερινή βάση. Ζει όμως και μια καθημερινή σταδιακή ηθική υποβάθμιση, που τον κάνει να αγανακτεί (Δημόσια Διοίκηση, Υγεία, Παιδεία).



✓ Ζητά μια κυβέρνηση η οποία κατανοεί ακριβώς αυτή την θυμική διάσταση εκείνου που συνήθως θεωρείται οικονομικό κίνητρο και προχωρά σε παροχές ή μεταρρυθμίσεις που δεν στερούν σε θεωρητικό υπόβαθρο χωρίς ποτέ να υποτιμήσει αντίθετα, να επιβεβαιώσει.



Ο ΕΛΛΗΝΑΣ

- ✓ Ο Έλληνας σήμερα περισσότερο απο ποτέ έχει ανάγκη να ικανοποιήσουν την υπερηφάνεια και την αλαζονεία του.
- ✓ Αυτή η αναζήτηση αναγνώρισης του Έλληνα, μπορεί να γίνει αντιληπτή ως τίποτα διαφορετικό από το ανθρώπινο πάθος που γενικά το ονομάζουμε «περηφάνεια» ή «αυτοσεβασμό» όταν το εγκρίνουμε «αλαζονεία» ή «ματαιοδοξία» όταν δεν το εγκρίνουμε.

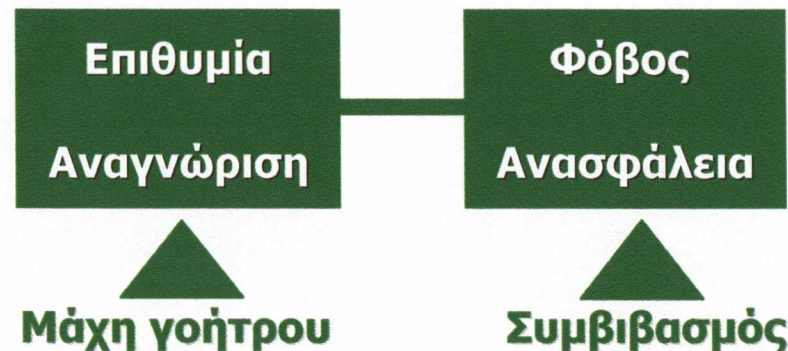


Ο ΕΛΛΗΝΑΣ

✓ **Ο Μέσος Έλληνας** είναι ένας συνηθισμένος άνθρωπος, που ίσως δεν έχει ιδιαίτερο ηθικό ανάστημα αλλά δεν θα ψήφιζε κάποιον μόνο και μόνο επειδή το βασικό του συναίσθημα θα ήταν **ο φόβος** του κακού ή του ανίκανου.

(Η 4ετία υψηλού ρίσκου πρέπει να ενταχθεί / να κρυφτεί, πίσω από την πρόσοψη κάτι υψηλού).

✓ **Ο ψηφοφόρος** θεωρεί ότι έχει αξία που σχετίζεται με την ικανότητά του να επιλέγει κάτι «καλύτερο από εκείνο». Στο παρελθόν η ιδεολογία του παρείχε ένα βολικό πρόσχημα για να καλύψει επιθυμίες ή φόβους. Σήμερα αυτό δεν υπάρχει, όμως σίγουρα υπάρχει η πεποίθηση του ανθρώπου ότι είναι ικανός να επιλέγει, να θέτει ουσιαστικούς στόχους στην ζωή του και να τους επιτυγχάνει με αξιοπρέπεια.



ΣΤΟΧΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΜΠΟΡΕΙ ΤΟ ΠΑΣΟΚ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΙ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΗ

Συναισθήματα δίκαιης υπερηφάνειας για τον εαυτό του, για την χώρα του
και απόρριψη σε όποιον την απειλεί;



ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ

➔ Οι Έλληνες, αντιλαμβάνονται την ζωή τους κυρίως σε σχέση με τις αρνητικές συνέπειες της μέχρι τώρα πορείας. Ο συνθετικός χαρακτήρας της ανάπτυξης, πιθανόν να λειτουργεί αποπροσανατολιστικά και δεν καταλήγει σε ενοποιημένο μήνυμα. Κίνδυνος να κατακερματιστεί η επικοινωνία σε επιμέρους στοιχεία, με διαφορετικές στρατηγικές από το κάθε Υπουργείο.

➔ Η αποσπασματική πληροφόρηση (μέσω Υπουργείων) καθώς και η έλλειψη επανάληψης «βασικών μηνυμάτων», ίσως εντείνουν το κλίμα δυσπιστίας, συνδυαστικά με την σχεδόν άμεση «εκκλογοποίηση» των ενεργειών και της διοχέτευσης αρνητικών μηνυμάτων από την ΝΔ δυσχεραίνουν την προσπάθεια.

➔ Η δυσπιστία που πιθανόν να επικρατεί, σχετικά με το πόσο απτά και εφαρμόσιμα είναι όλα όσα ανακοινώθηκαν.



ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

- ➡ Δημιουργία μονοσήμαντου απτού, ενοποιητικού μηνύματος – λόγου.
- ➡ Είναι ζωτικής σημασίας, να επικοινωνείται το σύνολο των αξιών του Κυβερνητικού έργου / οράματος σε κάθε σημείο επαφής με τους πολίτες.

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ

➡ Ακόμα και αν τα όσα ανακοινώθηκαν δημιουργούν κάποιο κλίμα αισιοδοξίας, ο κόσμος δεν μπορεί αυτό να το εντάξει σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο που θα λειτουργούσε ως σημείο αναφοράς



ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

➡ Προσωποποιημένος τόνος, που θα εστιάζει στο προσωπικό όφελος και στην αυταρέσκεια προκειμένου:

- ✓ Να κάνουμε την χάρτα σύγκλισης προσωπική υπόθεση όλων των Ελλήνων
- ✓ Να δώσουμε την αίσθηση της συνέχειας.

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ

➡ Η Χάρτα Σύγκλισης δεν είναι απλά ένα συμβόλαιο ορθολογικών ατόμων που ενδιαφέρονται για το δικό τους συμφέρον.



ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

- ➡ Ένα προσεκτικά προετοιμασμένο πρόγραμμα και όχι μια πομπώδης διακήρυξη.
- ➡ Βασική του φιλοσοφία αναγνωρίζει την δημιουργικότητα των πολιτών, την πολυμορφία των αναγκών τους, εισαγάγει έναν νέο τρόπο σκέψης βασισμένο στον διάλογο.
- ➡ Κατανοεί την θυμική διάσταση εκείνου που συνήθως θεωρείται οικονομικό κίνητρο.
- ➡ Σφραγίζει την ανάγκη αναγνώρισης της αληθινής αξίας, μέσω της οικονομικής – κοινωνικής δικαιοσύνης.
- ➡ Ενισχύει το αίσθημα αυτοεκτίμησης.

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ

➡ Η εγωιστική νοοτροπία των Ελλήνων, δεν επιτρέπει την συλλογική κινητοποίηση. Η συγκεκριμένη ιδιαιτερότητα, εντείνεται αν συνυπολογίσουμε την εσωτερική ανομοιογένεια της Ελλάδας και την διαφοροποιημένη νοοτροπία ανά περιοχή, καθώς και της αίσθησης της εγκατάλειψης.



ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

- ➡ Εξειδίκευση μέτρων ανά κοινωνική ομάδα.
- ➡ Η αντιμετώπιση της διαφορετικότητας της περιφέρειας.

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ

➔ Δεδομένου δε της αποδόμησης που πραγματοποιείται από την ΝΔ ή κακό χειρισμό στελεχών/ Media, δεν δημιουργείται συναισθηματική κλιμάκωση.



ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

- ➡ Να τεκμηριώνονται οι πολιτικές θέσεις και να παρουσιάζονται με τον πιο αξιόπιστο τρόπο.
- ➡ Ανάγκη ενοποιητικού λόγου, ύφους μηνύματος που θα τονίζει τα εξής στοιχεία:
 - ✓ Το κύρος / αυτοπεποίθηση της Ελλάδας.
 - ✓ Τις πρωτογενείς αξίες του έργου που θα συνεχίζεται μέσω της Χάρτας και που διαφοροποιεί τον κάθε ένα από εμάς, δίνοντας ένα αναγνωρίσιμο στίγμα που μόνο ο Έλληνας και κατ' επέκταση η Ελλάδα, μπορεί να οικειοποιηθεί.
- ➡ Θεμελιακή προϋπόθεση, η απουσία υπεροψίας και κομπασμού.
- ➡ Όλα αυτά πρέπει να επικοινωνηθούν με την απλότητα και την αμεσότητα της διαπροσωπικής επικοινωνίας και όχι βασισμένα σε στείρο πολιτικό λόγο.

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ



➔ Η ιδιαίτερη κόπωση που εμφανίζει αυτή την στιγμή το ΠΑΣΟΚ (αλλά όχι ο Π/Θ) οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ηθική υποβάθμιση που επιβάλλει καθημερινά η Δημόσια Διοίκηση στον πολίτη.

Είναι λογικό, εκπρόσωποι αυτού του «συστήματος» που έχει ανταλλάξει τις ηθικές του αξίες και στο μυαλό του κόσμου ζει σε ένα φανταστικό παζάρι να θεωρούνται τα μεγάλα παραδοσιακά στελέχη.



ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

➡ Βασικός ρόλος του Π/Θ, είναι να αναδείξει το προσωπικό του όραμα.

«Ο χαρακτήρας της ανάπτυξης, επιτρέπει στην επόμενη γενιά να οικοδομήσει στα επιτεύγματα της προηγούμενης».

➡ Στέκεται με δέος μπροστά σε ένα νέο που μπορεί να δει όλη την διαδρομή που διανύσαμε και κυρίως να αναπτυχθεί λόγω αυτής.

➡ Να φερθεί απαξιωτικά στην αλαζονεία της εξουσίας. Να αισθανθεί ο κόσμος ότι διακινδυνεύει ακόμη και την εκλογική νίκη. Γιατί πάνω από όλα είναι οι ηθικές του αξίες (αναγνώριση):

✓ Αφοσίωση

✓ Τιμιότητα

✓ Αξιοπιστία

➡ Να συγκρουστεί και να μην υποχωρήσει.

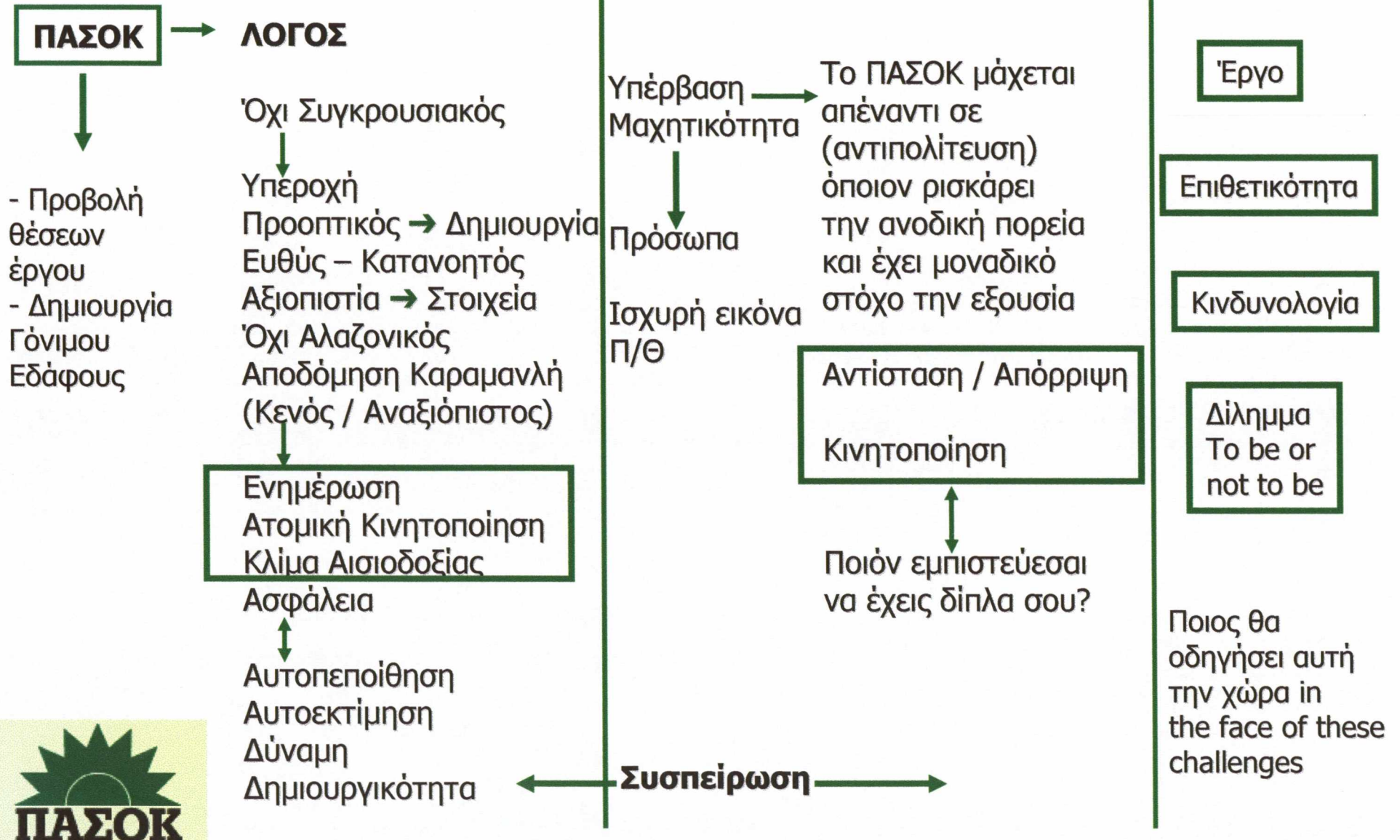
➡ Να αναδείξει σύντομα νέα πρόσωπα.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σεπτέμβριος - Δεκέμβριος

Ιανουάριος - Μάρτιος

Απρίλιος



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σεπτέμβριος - Δεκέμβριος

- ✓ Δημιουργία έντυπου υλικού (Γραφή) (Χαρίσιμος)
- ✓ Δημιουργία οπτικοακουστικού υλικού
- ✓ Πλάνο ενεργειών ώστε να μην δημιουργούνται κενά
- ✓ Δημιουργία ενιαίας εικόνας παρουσιάσεων και ενιαίας τηλεοπτικής εικόνας σύμφωνα με το ύφος και τη δυναμική του κόμματος
- ✓ Διαχείριση ΜΜΕ και δικτύου δημοσιογράφων κεντρικά και περιφερειακά
- ✓ Δημιουργία υλικού υποδομής (photo – video) για άμεση ανταπόκριση στις επόμενες φάσεις

Ιανουάριος - Μάρτιος

- ✓ Δημιουργία διαφημιστικών μηνυμάτων
- ✓ Προσαρμογή στρατηγικής επικοινωνίας και άμεση ανταπόκριση στις αυξανόμενες ανάγκες

Απρίλιος



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΠΑ.ΣΟ.Κ.

1. Ομογενοποιημένος λόγος Κυβέρνησης / Κόμματος

✓ Η εικόνα οφείλει να είναι αυτή του «νικητή» που αντιδρά έντονα στις επιθέσεις, κατανοεί τη δίκαιη κριτική των πολιτών για λάθη και παραλείψεις, λέει τι μπορεί αλλά και τι δεν μπορεί να κάνει, προκειμένου να αυξάνεται η αξιοπιστία.

✓ Κυρίως όμως κατανοεί, προβάλλει, ταυτίζεται με την αυξανόμενη ανάγκη του πολίτη να δίνει αξία στον εαυτό του και ζητά να του αναγνωρίσουν την αξία αυτή.

2. Εξειδίκευση του προγραμματικού λόγου

← Αξιοπιστία

↓
Στοχευμένη επικοινωνία

Οργανωμένη πληροφορία προς τους ψηφοφόρους

Παραδείγματα: Αξιοποίηση Κοινωνικού Πακέτου:

Ειδικά για το θέμα του πακέτου χρειάζεται στοχευμένη επικοινωνία για κάθε ομάδα που πιθανότατα ευνοείται και ωφελείται από αυτό· αγρότες, άνεργοι κ.λπ. Σε αυτή την προσπάθεια μπορούν να κινητοποιηθούν και αξιοποιηθούν, ειδικά πριν την προεκλογική περίοδο, φορείς και οργανισμοί, όπως ο ΟΓΑ (αγρότες), ΟΑΕΔ (άνεργοι) κ.λπ.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΠΑ.ΣΟ.Κ.

3. Οργάνωση εξόρμησης Στελεχών στην Επαρχία

Συσπείρωση

Με τρόπο που να αναδεικνύεται το σύνολο του Κυβερνητικού Έργου
Δημιουργία επικοινωνιακού υλικού που βοηθάει στην ομογενοποίηση της εικόνας
(Video – Έντυπα – Πρόταση για στήσιμο εκδηλώσεων – Προβολή εκδηλώσεων στα μέσα)

4. Τεκμηρίωση πολιτικών θέσεων

Ομάδα 4 ανθρώπων οι οποίοι:

- α) έχουν πρόσβαση σε στοιχεία
- β) τους έχουν καθοριστεί οι πρωτοβουλίες

Μηχανισμός υποδοχής στο κόμμα, ώστε να διαχέεται/ αξιοποιείται η πληροφορία

5. Αντιμετώπιση του Αντιπάλου

- α) Πληροφορία, γνώση και πρόβλεψη των πιθανών πρωτοβουλιών. Πρόληψη και αξιοποίηση
- β) Προετοιμασία του κατάλληλου υλικού για την απάντηση των επιχειρημάτων του.
- γ) Συντονισμός και κοινός λόγος κυβέρνησης (κυβερνητικός εκπρόσωπος) – κόμματος.
Είναι σαφές ότι τον πρώτο λόγο για κάποιο διάστημα, εξ' αντικειμένου, το έχει η κυβέρνηση
- δ) Αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχονται από τα ΜΜΕ.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΠΑ.ΣΟ.Κ.

6. Προβολή ισχυρής εικόνας Μ. Χρυσοχοΐδη

← Ανανέωση/ Δύναμη/
Ανθρώπινο πρόσωπο

7. Αξιοποίηση προσώπου Π/Θ

✓ Η αξιοποίηση του δυνατού προφίλ Πρωθυπουργού πρέπει να γίνει με μέτρο, και κατά κύριο λόγο όσο πλησιάζουν οι εκλογές. Η εικόνα του, ήδη αρκετά ισχυρή, πρέπει να ενισχυθεί με κινήσεις, που θα τονίζουν ακόμα περισσότερο τα δυνατά σημεία του και θα απαλύνουν το «απόμακρο» του ρόλου του.

✓ Πλαισίωση των εμφανίσεων του Πρωθυπουργού με νεωτεριστικές επικοινωνιακές κινήσεις.

8. Κάλυψη / διαχείριση διαδικασίας ανάδειξης υποψηφίων

← Κόπωση Κόμματος

Ιδιαίτερη προσοχή χρειάζεται στο χειρισμό των νέων υποψηφιοτήτων, η οποία πρέπει να γίνει με τέτοιο τρόπο, ώστε να μη δημιουργηθούν, ούτε υψηλές προσδοκίες, ούτε αντίθετες αντιδράσεις, εάν υπάρξουν πολλοί υποψήφιοι, γόννοι επωνύμων κ.λπ. δεδομένου του νέου στοιχείου της ανανέωσης, που είναι δυνατό χαρτί για την εικόνα του «νέου» ΠΑ.ΣΟ.Κ.



ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

- ➡ Τα αντανakλαστικά των Υπουργείων δεν ανταποκρίνονται άμεσα και ουσιαστικά προς την Αντιπολίτευση.
- ➡ Αδυναμία κομματικών στελεχών για διοχέτευση των κυβερνητικών θέσεων (ιδεολογικών και πολιτικών) στην κοινωνία.
- ➡ Μη αξιοποίηση όλων των διαύλων επικοινωνίας.
- ➡ Η agenda της Κυβέρνησης, θα πρέπει να ενταχθεί στη στρατηγική επικοινωνίας π.χ. Χάρτα Σύγκλισης – αυθαίρετα χρονικά αταίριαστα
Τετραετία υψηλού ρίσκου ίσως δημιουργεί κλίμα ανασφάλειας, που έρχεται σε αντίθεση με το κλίμα αισιοδοξίας και ασφάλειας που πρέπει να δημιουργηθεί στην πρώτη φάση επικοινωνίας.



ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ

ΑΜΕΣΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΓΙΑ:

Γενική πολιτική κατεύθυνση που
έχει αποφασίσει η Κυβέρνηση
και το Κόμμα για τις εκλογές

- ✓ Το πρόγραμμα του Π/Θ
- ✓ Το πρόγραμμα των Υπουργών
- ✓ Το πρόγραμμα των βασικών στελεχών
- ✓ Agenda πρωτοβουλιών

➔ Μέχρι το τέλος του 2003



Η επικοινωνιακή ομάδα θα ανταποκριθεί με προτάσεις άμεσα, οι οποίες θα ικανοποιούν τους επιμέρους στόχους της περιόδου αυτής, θα αξιοποιούν την χρήση ΜΜΕ. Επίσης, θα γίνουν προτάσεις στοχευμένων επικοινωνιακών κινήσεων, με χρήση δημοσιογράφων, έντυπων και ηλεκτρονικών μέσων καθώς και αρθρογραφίας.



ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πληροφόρηση

- Κυβέρνηση
(Πρωθυπουργικό γραφείο,
Υπουργεία)
- Κόμμα

Παραδίδουν πολιτική προς επικοινωνία
Ενημερώνουν για όλες τις προγραμματισμένες ενέργειες

Γενικός συντονιστής ΠΑΣΟΚ
Γενικός συντονιστής Υπουργικού Συμβουλίου

Ομάδα επικοινωνίας

Παραδίδουν έργο σύμφωνα με το ζητούμενο
Συμβουλευτικός ρόλος
Αναπροσαρμόζουν την στρατηγική σύμφωνα
με τις έρευνες



ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

- ➔ Παρουσίαση στην Επικοινωνιακή ομάδα βασικών στόχων ανά περιφέρεια
- ➔ Παρουσίαση στην Επικοινωνιακή ομάδα των μέχρι τώρα κινήσεων της αντιπολίτευσης αλλά και προτάσεων θέσεων.
- ➔ Αξιολόγηση / Επικοινωνιακές προτάσεις.
- ➔ Άμεση ενεργοποίηση έρευνας εικόνας αξιόπιστων, πειστικών στελεχών ανά περιφέρεια.



ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

ΧΑΡΤΑ ΣΥΓΚΛΙΣΗΣ

➡ Είναι θέμα που χρίζει στρατηγικής αντιμετώπισης και όχι τακτικής.

ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ: Ενημέρωση για την φιλοσοφία και το περιεχόμενο της Χάρτας και για τις όποιες κινήσεις προβολής και παρουσίασης έχουν προγραμματιστεί.

ΔΡΑΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΟΜΑΔΑΣ

4 ημέρες από
την ενημέρωση

- ✓ Παρουσίαση στρατηγικής
- ✓ Παρουσίαση δημιουργικού υλικού προβολής (Έντυπα, Folders, Video)
- ✓ Παρουσίαση στρατηγικής εκδηλώσεων
- ✓ Χρονοδιάγραμμα ενεργειών



ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ζητούμενα:

- ➡ Άμεση οργάνωση Στελεχών (Υπουργών – Συνεργατών) με σκοπό την τεκμηρίωση των πολιτικών θέσεων της Κυβέρνησης, τόσο σε ιδεολογικό όσο και σε πολιτικό επίπεδο.
- ➡ Δημιουργία Ομάδας, αποτελούμενης από Δημοσιογράφους (που καλύπτουν τον χώρο της Αντιπολίτευσης), οι οποίοι αποτελούν τον δίαυλο πληροφόρησης και προτείνουν θέματα – δράσεις για εκμετάλλευση.
- ➡ Δημιουργία μηχανισμού υποδοχής και αξιοποίησης, που θα αποτελείται από Υπουργούς, Ανώτερα κομματικά στελέχη, Δημοσιογράφους.



ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

- ✓ Κάθε εβδομάδα προκύπτει συγκεκριμένη agenda θεμάτων.
 - ✓ Η επικοινωνιακή ομάδα:
 - α) γνωρίζει αναλυτικά το πρόγραμμα προβολής των θεμάτων μέσω Π/Θ, Υπουργών, Στελεχών (ποιος θα ανοίξει το θέμα τι πολιτική χροιά θα έχει).
 - β) έχει τουλάχιστον 2 ημέρες πριν το κείμενο ανάλυσης του θέματος, καθώς και της τεκμηρίωσής του
- ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ:** Το κάθε θέμα να τεκμηριώνεται με στοιχεία ή με το πιο σημαντικό πλεονέκτημα, ώστε προς τους δημοσιογράφους να ξεκαθαρίζουμε (τηλεφωνικά + γραπτά) άμεσα τι είναι αυτό που πρέπει να προβληθεί.
- ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ:** Η επικοινωνιακή ομάδα έχει άμεσα στα χέρια της απαντήσεις στις βολές της ΝΔ, ώστε να μπορεί να καλύψει τα ΜΜΕ γρήγορα.

ΔΡΑΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΟΜΑΔΑΣ Σε μία ημέρα (ή σε ώρες αν χρειαστεί), η Ομάδα θα αποστέλλει πρόταση προβολής στον Γραμματέα ή και στον υπεύθυνο συντονισμού του ΠΑΣΟΚ.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ

- ✓ Συνεντεύξεις (έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα)
- ✓ Προβολή σε δελτία ειδήσεων / ενημερωτικές εκπομπές μέσω δημοσιογράφων (Κεντρικά και Περιφερειακά)
- ✓ Δημιουργία Επικοινωνιακού υλικού
- ✓ Αποστολή υλικού



ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

ΓΕΝΙΚΑ:

Η επικοινωνιακή ομάδα, θεωρεί αναγκαίο να συμφωνεί το ενιαίο ύφος που θα επικρατεί σε κάθε σημείο επαφής με τον πολίτη. Γνωρίζοντας σε γενικές γραμμές το ύφος του αντιπάλου, κυρίως όμως τους visual κωδικούς που εμπλέκουν συναισθηματικά τον πολίτη και δίνουν στο ΠΑΣΟΚ την νέα εικόνα που πρέπει να έχει, το δημιουργικό τμήμα θα παρουσιάσει μελέτη σε 3 εβδομάδες.



ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

- ➡ Καταγραφή / Παρουσίαση βασικών θέσεων / μηνυμάτων που δίνουν απάντηση στα προβλήματα του κόσμου (Παιδεία, Υγεία, Εξωτερική πολιτική, Ασφάλεια κ.λπ.).
- ➡ Αξιολόγηση θέσεων ΝΔ πάνω στα θέματα αυτά, όπως προβάλλονται και όχι όπως αξιολογούνται βάση ουσίας π.χ. Επενδυτής: προβολή των θέσεων Καραμανλή για την παιδεία 20/09.
- ➡ Άμεση ενεργοποίηση Tracking Έρευνας, όπου αξιολογεί τις επικοινωνιακές κινήσεις καθημερινά, ώστε να καθοριστούν στρατηγικές.



ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

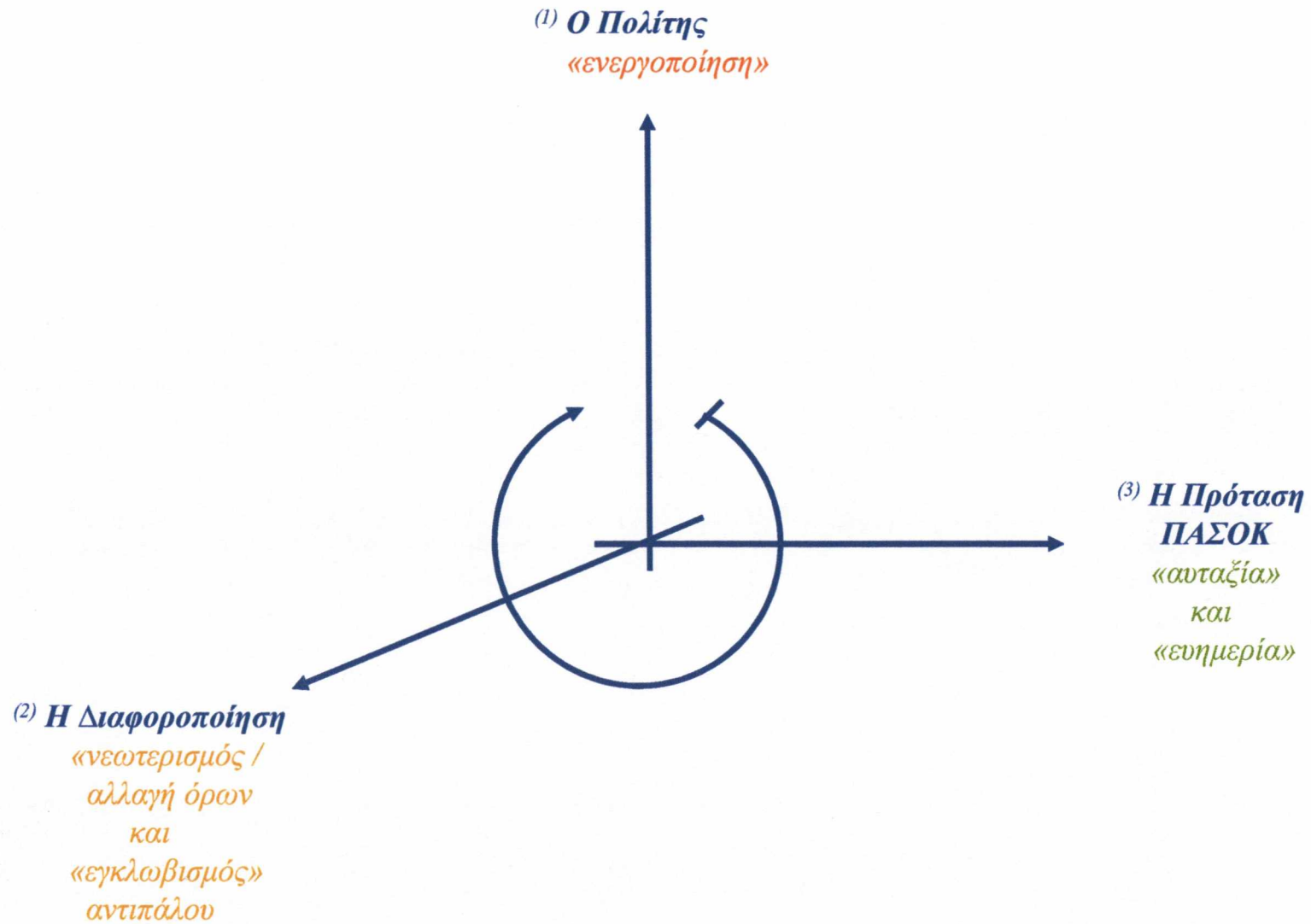
Στο τέλος της εβδομάδας, η Επικοινωνιακή Ομάδα θα κάνει γραπτό Reporting για την αποτελεσματικότητα της ενέργειας.

- ✓ Κάλυψη από τα ΜΜΕ
- ✓ Αξιολόγηση δημοσιογράφων / εκδοτών που κάλυψαν το γεγονός
- ✓ Αντίκτυπο στο ευρύ κοινό (όπου είναι εφικτό)
- ✓ Σε ποιο στάδιο βρίσκονται οι διαφημιστικές ενέργειες προβολής του συγκεκριμένου θέματος

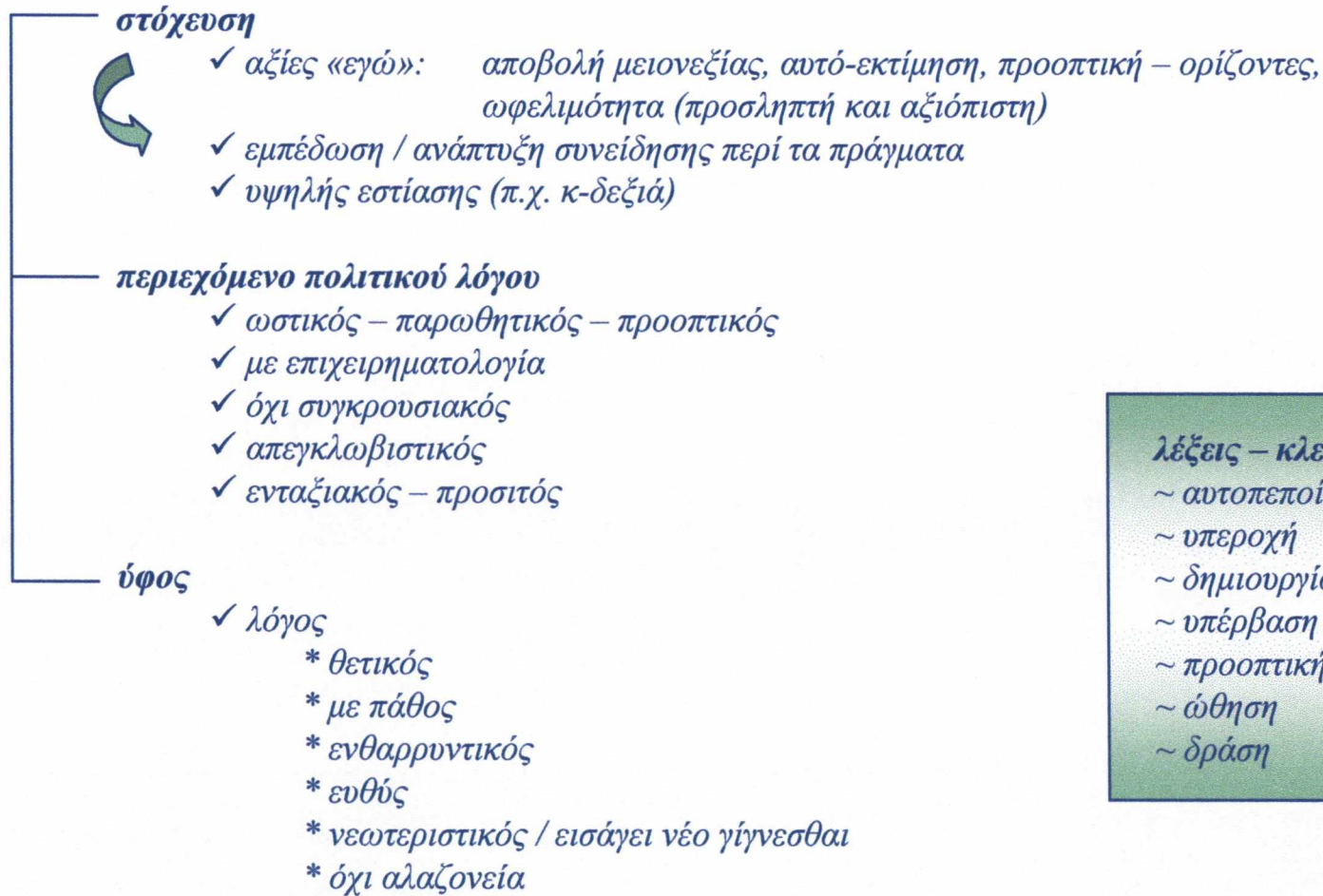


ΑΡΧΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Εννοιολογικό Πλαίσιο



(1) Ο Πολίτης **«ενεργοποίηση»**



λέξεις – κλειδιά

~ αυτοπεποίθηση
~ υπεροχή
~ δημιουργία
~ υπέρβαση
~ προοπτική
~ ώθηση
~ δράση

(2) Η Διαφοροποίηση
«νεωτερισμός» / αλλαγή όρων
και
«εγκλωβισμός» αντιπάλου

- «μάχη» θέσεων όχι προσώπων / μάχη όχι του καλύτερου αλλά του διαφορετικού
- οι δομές – οι βάσεις για τη συνέχεια
(όχι απλά απολογισμός)
- η συνέχεια...
 - ✓ νέο γίνεσθαι – νέα πεδία – νέες έννοιες
 - σημ.
μέρος αυτού επαναπροσδιορισμός μελών / οργάνωσης
 - ✓ διεύρυνση οριζόντων
 - ✓ προοπτική βελτίωσης ευημερίας
- διατήρηση momentum
 - ✓ συνέχεια- συνέπεια
 - ✓ πλεονέκτημα χρόνου
- πειστικότητα
 - ✓ ειλικρίνεια – ανάληψη ευθύνης – αναγνώριση λαθών
 - ✓ ανιδιοτέλεια
 - ✓ σθένος
- «ο αντίπαλος»
 - ✓ απάντηση όχι σύγκρουση
 - ✓ συνεχώς αντιμέτωπος με το μεγάλο – απρόσμενο – νέο
(υστέρηση θεματολογίας – παρωχημένοι – ανέτοιμοι – μόνο για την εξουσία)
 - ✓ κριτική (ΝΔ) – vs σταθερός οδηγητής (ΠΑΣΟΚ)

λέξεις – κλειδιά
~ έργο – δουλειά
~ τόλμη
~ ώθηση
~ νέα γενιά
~ ο καλύτερός μας
εαυτός
~ το αξίζουμε
~ ανάταση

(3) Η Πρόταση ΠΑΣΟΚ «αυταξία» και «ευημερία»

η αναζήτηση μιας κεντρικής πλατφόρμας

✓ που ενέχει,

* προοπτική

* δράση

* παρώθηση

π.χ. δημιουργία

* υπέρβαση

* ολικότητα

* κινητοποίηση (με αφορά)

ωφελιμότητα

ευημερία

✓ που «ενεργοποιεί» τον πολίτη

* αναδεικνύει αρετές - αυτοπεποίθηση

* απεγκλωβίζει («τραυματισμένο» εγώ και «όχι εγώ, οι άλλοι»)

* κινητοποιεί (με αφορά)

* αναβαθμίζει

η ένταξη της Χάρτας κλπ. στο πλαίσιο αυτό

✓ όχι θεωρητική αλλά βιωματική

✓ όχι Ευρωπαϊκή (και μόνο) αλλά Ελληνική

✓ και ατομική υπόθεση

✓ Χάρτα Δημιουργίας – Ανταγωνιστικότητας – Ευημερίας

(η «διατύπωση» της Χάρτας σε μια κυρίαρχη έννοια

(π.χ. νέου επιχειρείν) προέκτασης της οποίας είναι τα υπόλοιπα)

✓ να εισηγείται νέο οικονομικό μοντέλο ανάπτυξης

✓ κράτος: καταλύτης

✓ από-προεκλογικοποίηση

✓ νοοτροπία και όχι αριθμητική

* ανταγωνιστικότητα (National Marketing)

* παιδευτικός ρόλος πολιτικής

λέξεις – κλειδιά

~ δράση

~ δημιουργία

~ ευημερία

~ νέοι ορίζοντες