

Planeación estratégica de campañas.

La planeación estratégica de campañas políticas permite potenciar la totalidad de los recursos disponibles para orientarlos como un nuevo conjunto de fuerzas y medios para tomar decisiones en la competencia política. Es posible que una campaña tenga éxito sin la planeación formal, pero en la mayoría de los casos el éxito se obtiene más fácilmente con la planeación. Una de las grandes ventajas de la planeación estratégica es que puede definir escenarios bajo la premisa "que pasaría si...", pero fundamentados en una profunda reflexión de las fuerzas políticas y sociales que interactúan en la competencia política, así como el análisis de la opinión pública.

La planeación estratégica de campañas también sirve para:

a. Fortalecer el desempeño de los candidatos, al tiempo que les permite ver, evaluar y aceptar o descartar numerosas alternativas en la construcción del mensaje y la estrategia a seguir.

b. Concebir a la campaña como un todo integrado, que evita la suboptimización de parte del sistema y también que cada área trabaje por su propia cuenta.

c. Estimular el desarrollo de metas apropiadas para el Partido y para los candidatos, las cuales a su vez son factores poderosos para la motivación del elector, la construcción de la opinión pública y el desempeño de los equipos de trabajo.

Proporcionar una estructura para la toma de decisiones. Asimismo, permite que los equipos operativos tomen sus decisiones de acuerdo los objetivos de la campaña.

e. Proporcionar una base para medir el desempeño de la campaña y, en su caso, tomar las medidas correctivas para reforzar las limitaciones o potenciar las oportunidades.

Señalar al partido y a los candidatos los asuntos claves y ayuda a establecer las prioridades adecuadas para tratarlos.

f. Establecer un canal perfecto de comunicación mediante los cuales el personal habla el mismo lenguaje al tratar los problemas substanciales.

h. Proporcionar una oportunidad para que la gente, el equipo y los militantes contribuyan con sus talentos en el proceso de toma de decisiones, dándole al mismo tiempo un sentido de participación y satisfacción única.

Etapas que se sugieren para la implementación de la planeación estratégica de campañas:

Etapa 1: Análisis político y Análisis de la opinión pública

Permite conocer la realidad en la cual opera la candidatura/el partido/el equipo de campaña a apoyar.

Etapa 2: Diagnóstico de la situación organizacional

Permite conocer las condiciones actuales en las que desempeña la candidatura/el partido/el equipo de campaña, para ello es necesario entender la actual situación (tanto dentro como fuera de la campaña).

Etapa 3: Declaración de objetivos estratégicos con relación a la organización de la campaña (tierra) y al mensaje/mensajes de campaña (aire)

Los Objetivos estratégicos son los puntos futuros debidamente cuantificables, medibles y reales; puesto que luego han de ser medidos.

Etapa 4: Estrategias partidistas

Las estrategias responden a la necesidad de las instituciones (en este caso del partido político) para responder a las necesidades del mercado (interno y externo), para poder jugar adecuadamente, mediante jugadas correctas, en los tiempos y condiciones correctas.

Etapa 5: Planes de acción

La pauta o plan que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en todo coherente.

Etapa 6: Seguimiento-control

El Seguimiento permite "controlar" la evolución de la aplicación de las estrategias ya en la competencia política; es decir, el seguimiento permite conocer la manera en que se viene aplicando y desarrollando las estrategias y actuaciones acordadas; para evitar sorpresas finales, que puedan difícilmente ser resarcidas.

Etapa 7: Evaluación.

La evaluación es el proceso que permite medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo los objetivos planteados. La evaluación permite hacer un "corte" en un cierto tiempo y comparar el objetivo planteado con la realidad. Existe para ello una amplia variedad de herramientas. Y es posible confundirlo con otros términos como el de organizar, elaborar proyecto etc.