

## **Selección de nichos de votantes**

Una vez se tenga claro la estructura del mensaje, que entendiéndose bien éste no debería ser unificado para todas las campañas, sino como parte del proceso de particularidad que tiene cada propuesta; los dirigentes políticos deben cuantificar en términos reales cuántos votos son necesarios para llegar al cargo que se aspira.

Lo anterior permite que se establezcan metas claras de cuántos electores podrán tocarse e invitar a la causa. Si no se tiene este análisis previo, la campaña se dirigirá a una multitud heterogénea que no dará buenas respuestas.

Los nichos se van a determinar de acuerdo a las identidades de cada candidato y a las fortalezas que éstos puedan mostrar cuando tienen contacto con la ciudadanía, bien sea de manera directa o a través de los medios de comunicación.

El equipo de consultores de OCPLA asesorará todo el proceso de diferenciación de nichos, partiendo de la identidad personalizada de cada candidato:

- Construcción de matriz de identidad del candidato y la campaña.
- Clasificación de los temas de coyuntura, según prioridad ciudadana.
- Establecer nichos de ciudadanos que se acoplen a la identidad del candidato.

Estas divisiones permitirán referenciar en lugares de la ciudad o el país dónde puede ser más efectiva la campaña y dónde podrá impactar de manera más positiva.

A la vez se descartan grupos poblacionales que demostrarían baja disposición en el momento del voto hacia nuestro candidato, lo que optimizaría los tiempos de campaña y se enfocarían recursos –que siempre son escasos- donde sin duda serán más útiles.