



Corso in Social Media Marketing A/A 2017/2018

Luca Verzichelli

II MARKETING POLITICO – CONCETTI E INQUADRAMENTO STORICO

1. Le ere della comunicazione politica
2. Marketing o funzione di aggregazione?
3. L'impatto dei media
4. L'uso dei social media
5. La professionalizzazione delle campagne elettorali

Le ere della comunicazione politica (Mazzoleni)

- **Prima era (premoderna):**

Elettorato con comportamento stabile. Logiche di appartenenza partitica

- **Seconda era (moderna):**

Crescita della volatilità elettorale.
Logiche di spostamento controllato influenzato dai media

- **Terza era (post-moderna):**

Campagne permanenti. Logica di acquisizione del consenso tramite azioni di marketing



Dunque il marketing politico ...

- ... non è nato coi social media
- ... non è figlio dei social media ma di una precisa evoluzione socio-politica
- ... risponde ad una logica in cui si inseriscono prepotentemente (ma in modo non sorprendente e non diverso da altri media) i così detti social media

Ma allora il marketing politico ...

- Si distingue concettualmente dal marketing in senso stretto, mescolando funzioni partitiche esistenti (l'aggregazione del consenso) con logiche "pubblicitarie"
- Si distingue eticamente dal marketing in senso stretto, ponendo problemi sia "legale" (es. i limiti ai sondaggi), regolativo (es. l'obbligo di registrazione dei donors) e morale (es. l'astensione o meno rispetto al commento di eventi sfavorevoli ai propri competitori)

Un piano di marketing politico

Definizione prodotti	Conferma delle assunzioni strategiche su -targeting -posizionamento	Candidato Consulente politico Sondaggista
Realizzazione prodotto di impatto	Definizione di un piano di immagine	Candidato Consulente politico Sondaggista Responsabile della Com.
Realizzazione prodotto di consolidamento	Sondaggi confirmatori dell'immagine prescelta	Sondaggista di immagine Media experts
Realizzazione prodotto di legittimazione	Sondaggi di rafforzamento dei temi	Sondaggista di policy Media expert



Rapidi Cambiamenti



L'impatto dei media

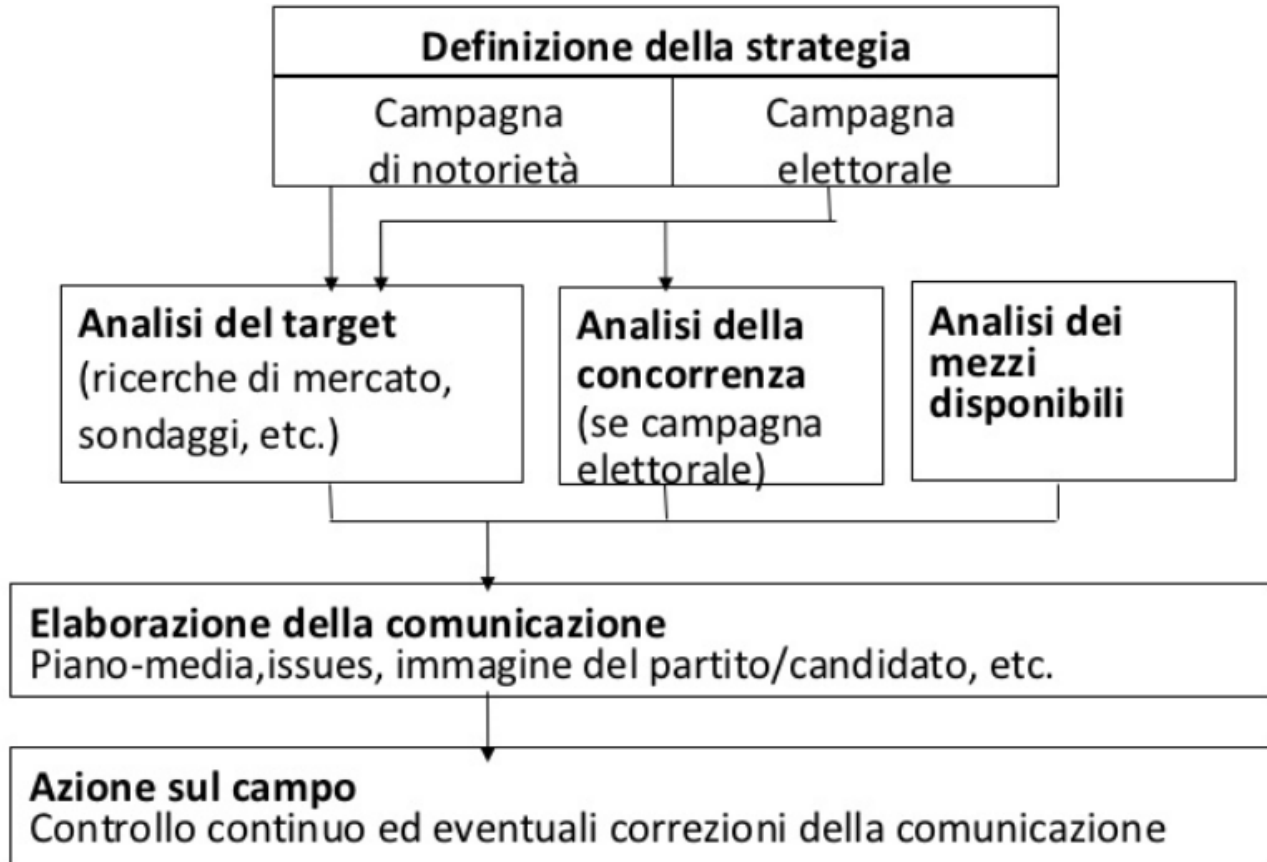


- Una serie di *leggende* sin dai tempi del primo *presidential debate* ...
- Eppure la *mediatizzazione* conta a partire dagli anni '70
- Contano gli *endorsement* ma anche le critiche reiterate possono essere un veicolo di consenso
- La TV classica cede spazio all'infotainment e alla rete

L'avvento dei social media

- I **giornali** avevano capacità di influenza del discorso politico su tempi allungati, inserendo nel discorso i temi su cui discutere : funzione di “**agenda setting**”.
- La **televisione** aveva una capacità di cambiare la struttura delle news con tempi più rapidi. Funzione di “**framing**”.
- I **New Media** utilizzano una relazione continua e **top-bottom** , con messaggi simili indirizzati a target collettivi ma “segmentabili”.
 - livello paritario dello scambio (e frequenti rischi di *rimbalzo*).
 - Fine della direzione unica e univoca fra fonte e ricettore
 - Nascita dello **scambio continuo**
 - Semplificazione del discorso

Fasi del marketing politico



Ci vogliono skills molto diversi

Utilizzo dei sondaggi per “*stadio elettorale*” del politico:

	Sondaggi di benchmarking	Sondaggi di tracking	Sondaggi Quick response	Focus group	Sondaggi push
<i>Periodo non elettorale</i>	Si	No	Si	Si	Si
<i>Periodo pre-elettorale</i>	Si	No	No	Si	No
<i>Inizio campagna</i>	No	No	No	No	Si
<i>Metà campagna</i>	No	Si	Si	Si	Si
<i>Ultimi giorni campagna</i>	No	Si	Si	Si	Si

Professionalizzazione del marketing politico



- Le più diverse figure di “politico”
- Esperti/delegati/aziende di recruitment
- Vari tipi di esperto di comunicazione (manifesto, grafico, video, web ...)
- Vari tipi di sondaggista
- Il social media manager

Consigli per la lettura

- Sara Bentivegna, *a colpi di tweet: la politica in prima persona*, 2015
- Gradevolezza e velocità del messaggio
- Personalizzazione della politica nella twittersfera
- Enfasi sulle capacità di breve periodo dei leader e dei partiti
- Auto-media o anti-media?
- Fascino del duello



Donald J. Trump 
@realDonaldTrump

Following

The FAKE NEWS media (failing @nytimes, @NBCNews, @ABC, @CBS, @CNN) is not my enemy, it is the enemy of the American People!

RETWEETS
12,645

LIKES
37,265

