

Kampania Lepszego Krakowa



Hasło Zbudujmy Lepszy Kraków

- podkreślanie wspólnoty i dążenia do współrzędzenia (call to action)
- angażowania mieszkańców we współtworzenie miasta (upodmiotowienie),
- lokalizacja,
- prostota,
- pozycjonowanie,
- archetyp prezydenta miasta jest pomiędzy mędrce, opiekunem a władcą. To człowiek, który łączy, dba o wspólnotę, dla dobra ogółu. Człowiek, który jest kompetentny, doświadczony i potrafi poprawiać, naprawiać i rozwijać miasto,
- modalność.



Przykładowa analiza badań

- n=1013
- przedziały wiekowe: 20-29, 30-39, 40-49, 50-59, 60+,
- rotowana kolejność,
- koszt 1 ankiety CAWI (online) = 12 zł + 23% VAT,
- koszt 1 ankiety CATI (telefon) = 32 zł + 23% VAT.

Przykładowa analiza badań

Wiek	CAWI	CATI
1. 19-29	150	90
2. 30-39	150	90
3. 40-49	150	90
4. 50-64	150	90

Przykładowa analiza badań

1. Screener:

a. Czy zamierza Pan(i) głosować w najbliższych wyborach na prezydenta miasta Krakowa?

- Tak - ok
- Nie - STOP

b. Dzielnica

c. płeć

d. wiek

2. Znajomość: Czy kojarzy Pan tego kandydata na Prezenta miasta Krakowa (lista)

3. Preferencje - głosowanie

4. Preferencje polityczne - na kogo Pan(i) głosował w ostatnich wyborach parlamentarnych (główne partie, na kogoś innego + nie chcę udzielać odpowiedzi)

Przykładowa analiza badań

Propozycja treści do 2 pytań na koniec:

1. W przypadku II tury wyborów, na kogo z poniższych kandydatów oddał(a)by Pan(i) swój głos:

a) Łukasz Gibała, krakowski radny, lider stowarzyszenia Kraków dla Mieszkańców

b) Stanisław Mazur, profesor i rektor Uniwersytetu Ekonomicznego, lider stowarzyszenia Lepszy Kraków

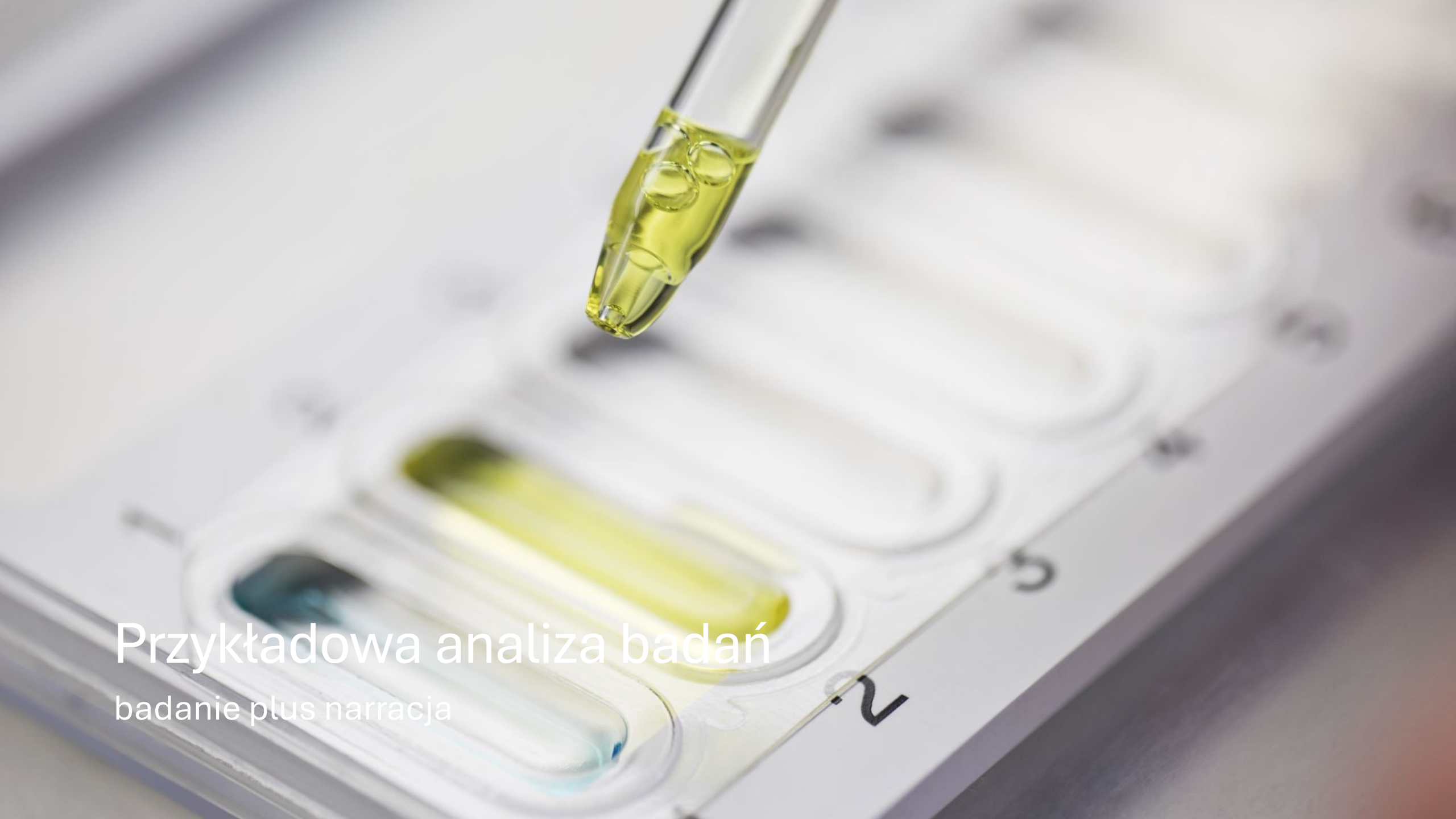
2. Za chwilę odczytam Panu(Pani) propozycję 4 haseł. Proszę uporządkować je, zaczynając od tego, które najbardziej Pana(Pani) zdaniem, zachęca do oddania głosu na prezydenta miasta Krakowa:

1. Stanisław Mazur - nasz wspólny Kraków

2. Stanisław Mazur - bo kocham Kraków

3. Stanisław Mazur - bo Kraków jest wspólny

4. Stanisław Mazur - lepszy Kraków



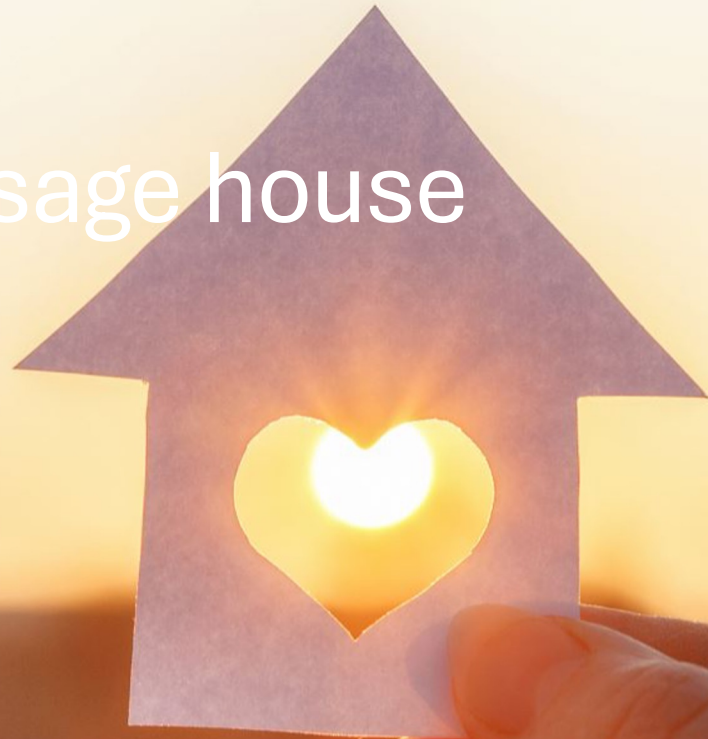
Przykładowa analiza badań

badanie plus narracja

Message house Lepszego Krakowa



Narracja do Message house

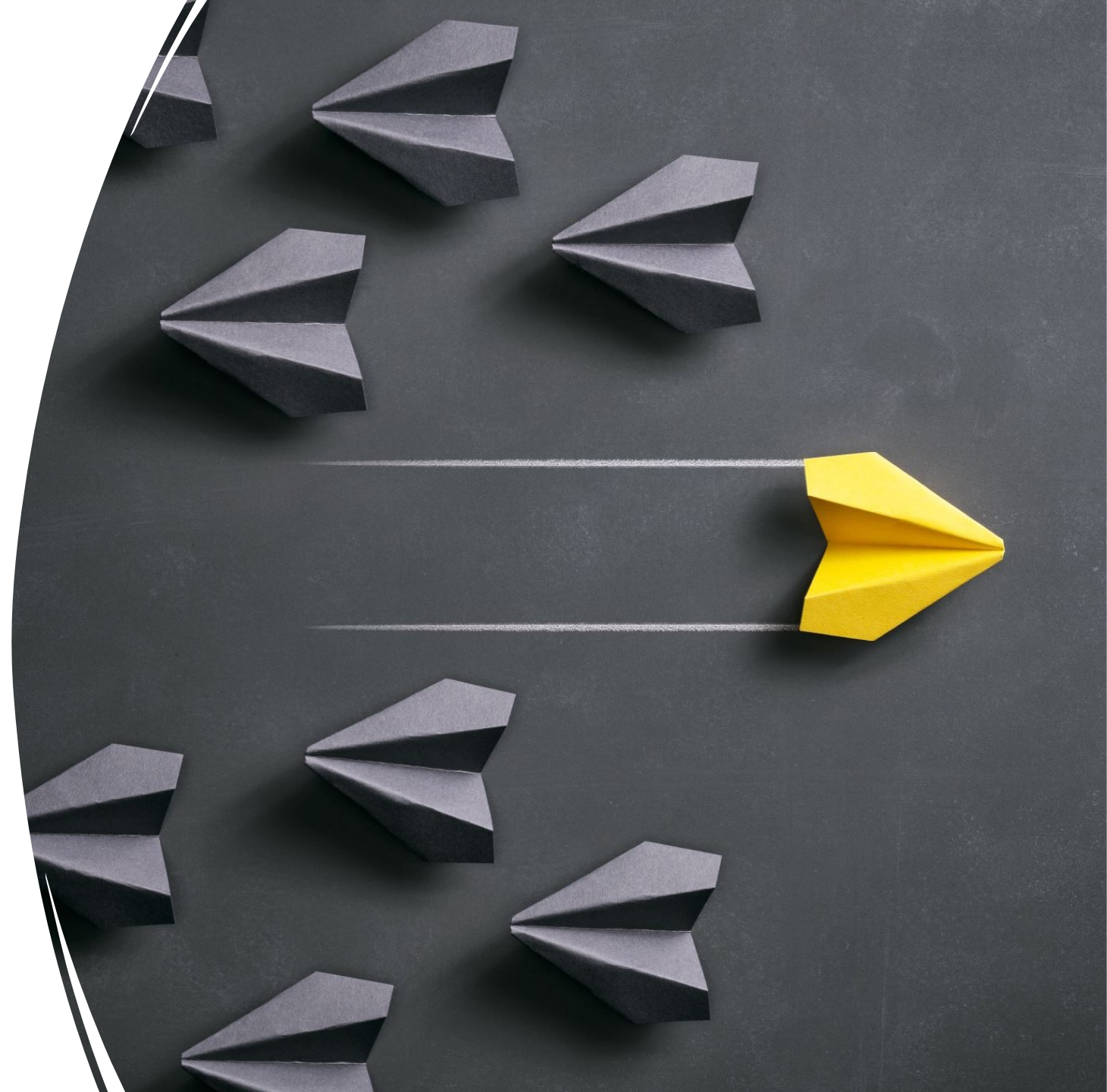


Pomysły programowe – jak będziemy budować lepszy Kraków?

- krApka (komunikowana w kontekście korzyści w message house, czyli miasto, które słucha oraz wygodny Kraków. Aplikacja da głos mieszkańcom i sprawi, że załatwianie spraw będzie wygodne,
- metro + cała idea mobilność miejska (komunikowane w kontekście korzyści w message house, czyli wygodny Kraków, nie ma wygodniejszego transportu niż metro, zintegrowany transport to wygodny, dobrze przemyślany transport),
- las + parki i tereny zielone w każdej dzielnicy (komunikowane w kontekście korzyści z message house, czyli Zielony Kraków oraz Czyste Powietrze).

Message house

- point of parity,
- point of difference.



Zabijanie dobrych pomysłów

- <https://www.youtube.com/watch?v=PLIVVDmDjDI>,
- nie rozpraszać zasobów, koncentrować się na:
 - działaniach kluczowych dla podstawowego celu [15% poparcia => 2 tura],
 - wykonalnych i dających efekt w krótkim horyzoncie czasowym [2-3 tygodnie],
 - podejmować decyzję, a nie konsultować "wszystko ze wszystkimi"
 - to złodziej czasu i pochłaniacz zbiorowej energii,
 - segmentacja i waga.

Korzyści - „co ja, mieszkaniec Krakowa będę z tego miał”?

