

ESTRATEGIA DE CONTENIDOS DIGITALES

DANIEL

NOBOA

AZIN



¿DE DÓNDE PARTIMOS?

¿DE DÓNDE PARTIMOS?

El volumen de menciones es

9 VECES MENOR

al de Luisa Gonzalez.



En lo que va de junio Daniel Noboa sólo cuenta con 62000 menciones contra 588.000 que tiene Luisa.

SIN DIFERENCIACIÓN

en cuanto al contenido



Todos los candidatos producen los mismos tipos de publicaciones

3 DE CADA 10

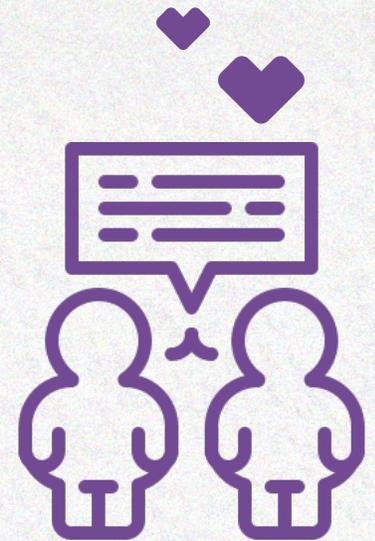
ecuatorianos son jóvenes



Pero Actualmente ningún candidato les está hablando en redes sociales

¿Qué queremos lograr?

**Posicionar a Daniel
como el candidato de
la juventud ecuatoriana
buscando aumentar
su nivel de conversación**



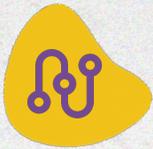
¿Cómo vamos a lograr aumentar el volumen de conversación?

Potenciando el alcance digital en el público objetivo*

* **Jóvenes**

Fomentando la interacción de candidato en las plataformas digitales

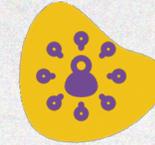
¿POR QUÉ LOS JÓVENES SON CLAVE?



**Son el presente
y el futuro de Ecuador**



**Son los principales
protagonistas de las
redes sociales**



**Lideran las
interacciones sobre la
actualidad política del
país**



**Tienen una gran
influencia en sus pares,
familiares y amigos**



**Tienen la capacidad
de compartir y difundir
mensajes funcionando
con un efecto
multiplicador**



**Suelen desafiar las
estructuras
tradicionales y buscar
soluciones innovadoras
a los problemas
existentes**

¿Y qué queremos contarles?

Que hay una **Ola Morada**
que trae un **Nuevo Ecuador**
que la lleva adelante
Daniel Noboa



Cómo vamos a lograrlo

01

 **Ola
Morada**

02

**Un nuevo
Ecuador**

Las etapas planteadas son conceptos que se desarrollarán de manera simultánea a través de contenidos estratégicos, para generar el efecto de sentido deseado.

01.

OLA MORADA



El movimiento ciudadano

Buscando poner a la gente, y especialmente a los jóvenes, como los protagonistas de esta ola.

Es un eje abocado a lo emocional, cuyos contenidos apelarán a la unión de la sociedad ecuatoriana y su transformación hacia un futuro mejor.

Se buscará generar comunidad, reflejando emociones de esperanza, alegría y convicción.

Se esfuerza por construir un futuro en el que cada ecuatoriano se sienta parte de algo más grande, donde la alegría y la energía contagiosa inspiren a alcanzar nuevos horizontes y, en consecuencia, un nuevo Ecuador.

02.

UN NUEVO ECUADOR



El concepto de país

Es un eje más propositivo e informativo.

Los contenidos buscarán resaltar las principales problemáticas que atraviesan los ecuatorianos (especialmente los jóvenes) y cómo el candidato, con sus propuestas, acercará las soluciones que tantas administraciones han postergado.

También es el marco por el cual Daniel se constituye como el principal protagonista y el garante del concepto.

01 Territoriales

02 Testimoniales

03 Propuestas

04 ADN

LÍNEAS DE CONTENIDOS



Territoriales

Se refiere a todos los contenidos que se vayan a realizar en las recorridas en las distintas provincias. Se buscará generar un hito que muestre su cercanía con los jóvenes y el lugar, con sus preocupaciones y sus necesidades.

El foco estará puesto en la gente de cada lugar, y el sentido de los contenidos estará en transmitir la alegría de la gente y una comunidad vibrante y comprometida.



Testimoniales

Los jóvenes como protagonistas.

En primera persona, contarán cuáles son sus realidades, qué problemáticas afrontan todos los días, cuáles son sus preocupaciones y qué es lo que esperan del próximo presidente.

Donde sus ideas y su voz se amplifican por medio de las redes.

Se debe reflejar que son muchos los que quieren cambiar Ecuador y busca que los ecuatorianos se sumergan en esta nueva oportunidad de país.

Con sus testimonios, se generará una conexión emocional con Daniel.



Propuestas

Se refiere a las políticas que buscan ser implementadas para hacer frente a las problemáticas de los jóvenes ecuatorianos.

Se buscará instalar a Daniel como el único candidato que los escucha realmente y que tiene la capacidad de llevar a cabo las transformaciones de fondo que necesita el Nuevo Ecuador.



ADN de Daniel

Este tipo de contenidos girarán en torno a las cualidades personales del candidato desde una perspectiva emocional que conecte con la audiencia.

En este sentido, se buscará resaltar su costado más íntimo con la finalidad de conocer cuáles son sus aspiraciones, cuáles son sus valores y el aporte que sólo él es capaz de brindarle a Ecuador en esta etapa.

Cada diapositiva contiene una idea. La misma se insertará dentro de uno de las cuatro líneas de contenidos planteados anteriormente. Encontrarán la descripción de la creatividad y los detalles pertinentes, a saber:



- **Contenido estratégico:**
Lumos abordará la idea desde el guionado, la producción audiovisual o recopilación de material y edición del contenido.



- **Acción territorial:**
Acciones que requieren un esfuerzo o coordinación por parte del equipo del candidato (elementos, actores, locaciones, organización de eventos, etc).



- **Referencias:**
Contenidos con recursos audiovisuales o abordaje discursivo similares a los que se pretenden realizar.



- **Roadmap de trabajo:**
Estructura organizativa para mapear y planificar las instancias de entrega de los diversos contenidos estratégicos.



- **Acompañamiento creativo:** **Se comenzará a trabajar activamente junto al equipo de comunicación actual del candidato para dirigir las creatividades y contenidos que se realicen.**



- **Canales y formatos:**
Se explicitarán las plataformas para los cuales se realizará el contenido y los formatos sugeridos.

01

OLA MORADA

-
- . Territorio
 - . Testimonios





Distintivo

Establecer un elemento como distintivo de la ola morada.

Canales y formatos



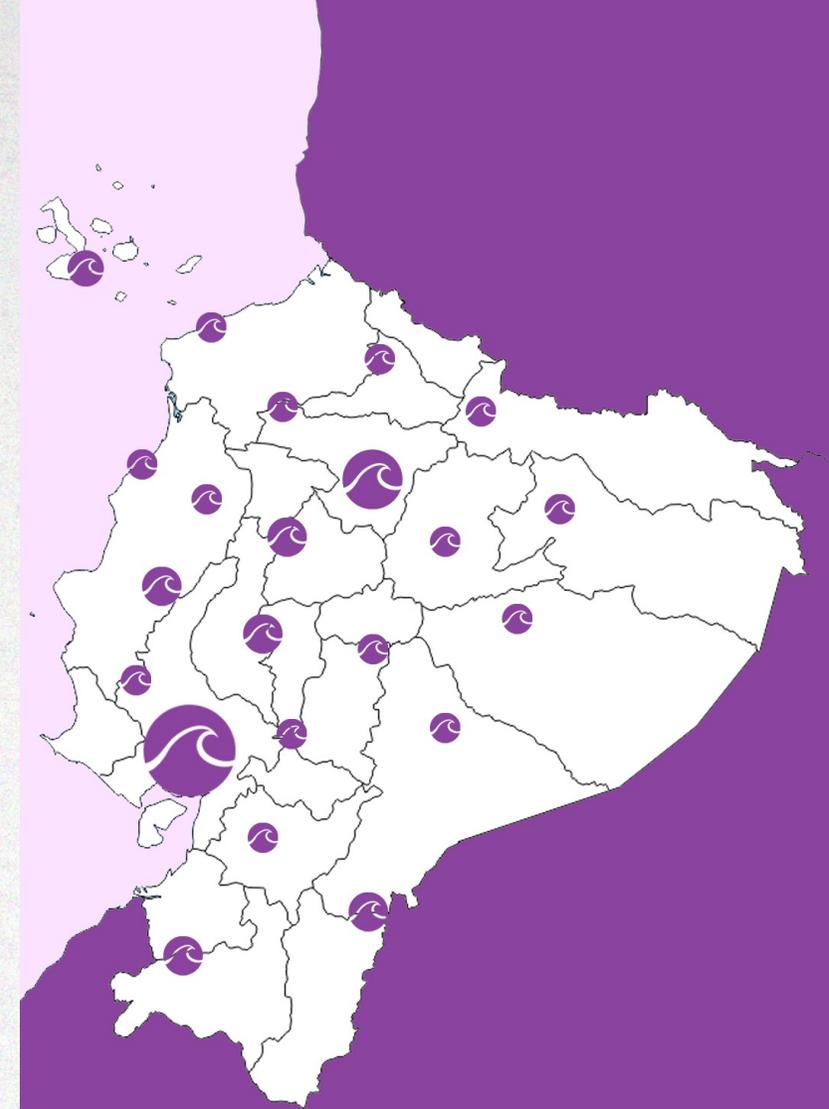
- Video Reel e historias

Contenido estratégico

- El elemento será utilizado por las personas en cada recorrida/evento y por Daniel.
- El contenido mostrará varias personas sonriendo a cámara usando el elemento en distintos lugares del territorio y finalizará con un efecto de zoom out (*ver referencia*) mostrando el mapa del país con varios puntos violetas, que simbolizan la cantidad de personas que quieren Un Nuevo Ecuador.

Acción territorial

- Producir los distintivos y repartirlos a las personas en recorrida o acción territorial



Stickers Morados

Mostrar las propuestas que la ola morada trae consigo en diversos puntos de la ciudad en formato de sticker adhesivo

Canales y formatos



- Video Reel

Acompañamiento creativo

- Pediremos al equipo que acompaña al candidato que durante las recorridas peguen estos stickers en diferentes espacios (postes de luz, transporte público, etc.) y graben el momento en el que lo hacen. Una vez obtenido material de todos los adhesivos con las propuestas en distintos puntos del país se editará un contenido (*ver referencia*).

Acción territorial

- Mandar a producir los stickers y facilitárselos al equipo que sigue al candidato durante las recorridas



Ecuador se pinta de morado

Mostrar imágenes de diversos escenarios de Ecuador con sectores pintados de morado.

Canales y formatos



- Video Reel

Contenido estratégico

- Una persona camina hacia las iguanas del parque Seminario de Guayaquil con un pincel y un bote de pintura morada. Acto seguido vemos a las iguanas pintadas digitalmente. Esto generará polémica dentro de los usuarios y aumentará el nivel de conversación, sin embargo, luego se aclarará luego que ningún animal fue perjudicado mostrando que estaba editado.

Acompañamiento creativo

- Fomentar la interacción en historias, invitando personas a que manifiesten qué les gustaría pintar de morado (por ejemplo: la educación, el trabajo, la seguridad, etc).
- Generar flyers donde se muestre la ciudad que visitará el candidato pintada de morado.



Acción de Running Morada

Organizar un evento deportivo como cierre de campaña.

Canales y formatos



- Video Reel

Contenido estratégico

- Se utilizarán imágenes del evento de cierre para crear un contenido emotivo, con voz en off de Daniel contando todo lo que tuvo que transitar para llegar hasta la meta (haciendo analogía con Ecuador y su situación actual).

Acompañamiento creativo

- Cada vez que el candidato vaya a una ciudad o pueblo nuevo, grabar contenidos para mostrar que la carrera morada continua y llega cada vez más lejos.

Acción territorial

- Organizar y coordinar la logística de una maratón de entre 10 y 15 km en Guayaquil (*el mínimo de convocatoria en este tipo de eventos es de 4000/5000 personas*). La idea es tomar la tradición de las caravanas ecuatorianas y adaptarla a los rasgos del candidato (*el deporte que realiza diariamente*).



Esta historia es nuestra historia

Conocer el impacto real del accionar de Daniel en primera persona

Canales y formatos



- Video Reel y placas fijas (quotes)

Contenido estratégico

- Jóvenes que se vieron beneficiados con acciones de Daniel cuentan su experiencia (desde dar trabajo en sus empresas, hasta las brigadas médicas, la Ley de Economía Violeta, apoyo a agricultores con entrega de fertilizantes, beca de estudio a jóvenes, etc.).

Acción territorial

- Conseguir a los jóvenes que cuenten sus experiencias.



... y varios viajes en



Presente vs. Futuro

Dar protagonismo a la voz de los jóvenes acerca del futuro que esperan construir.

Canales y formatos



- Video Reel y placas fijas (quotes)

Contenido estratégico

- Pedirle a jóvenes que cuenten a cámara las problemáticas que ven en el presente y los cambios que desearía que lleve adelante el próximo presidente. Al finalizar, son los mismos jóvenes los que asocian ese cambio con la figura política de Daniel, el candidato que podrá hacerlos crecer. La ola morada que llega y significa todas esas cosas.

Acción territorial

- Conseguir a los jóvenes que cuenten sus experiencias.



Diálogos

Espacios de encuentro con la juventud para conocer sus historias inspiradoras.

Canales y formatos



- Video Reel

Acción territorial

- Convocar y organizar espacios de encuentro con emprendedores tengan historias inspiradoras (por proyectos, convicciones, experiencias, etc).

Acompañamiento creativo

- Con el fin de generar empatía y orgullo realizar la cobertura de estos encuentros cubriendo los testimonios de los jóvenes. De allí saldrán contenidos para divulgar los mensajes que cada joven trae y mostrar la cercanía de Daniel con este segmento.

02

UN NUEVO ECUADOR

. ADN
. Propuestas

Un día en la vida de Daniel Noboa

Mostrar cómo es un día en la vida de Daniel, dando cuenta de todas sus facetas.

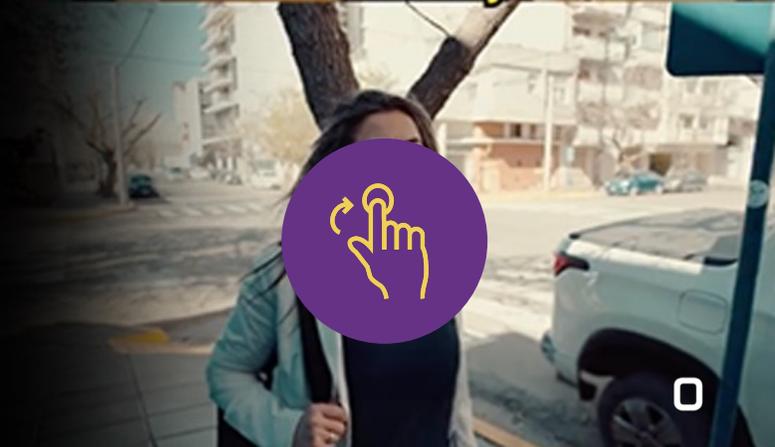
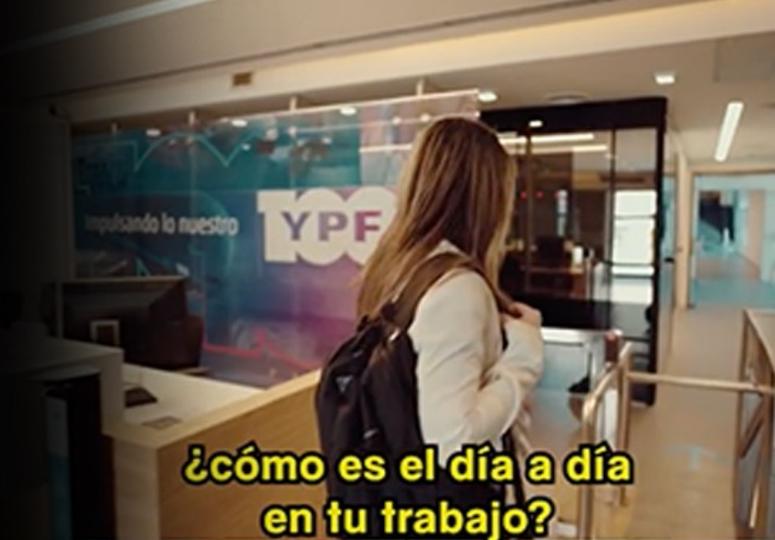
Canales y formatos



• Video Reel

Contenido estratégico

- **Mostraremos una jornada en la vida de un candidato a presidente de Ecuador, comprometido con su país y la gente que lo habita. El contenido busca evidenciar simultáneamente las diferentes facetas que conviven en su vida diaria (familiar, laboral y de campaña), mostrando su intimidad y su vida política.**



Presentación de Un Nuevo Ecuador

Sentar las bases de Un Nuevo Ecuador a través de un discurso épico y emotivo.

Canales y formatos



- Video Reel

Contenido estratégico

- En un estudio, grabar un discurso en tono épico y emotivo para contar en qué consiste Un Nuevo Ecuador. El foco estará en el usuario joven, para movilizar y despertar su interés por la propuesta de Daniel. Buscará enaltecer los valores y propuestas del candidato.



Así impacta

Acercar las propuestas de una forma amigable para toda la población.

Canales y formatos



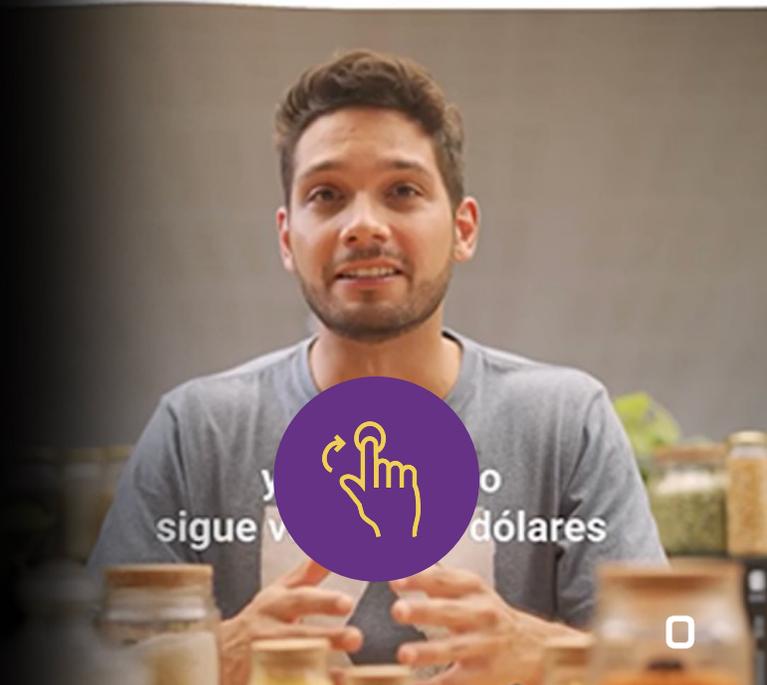
- Video Reel e historias + Carrousel explicativo

Acompañamiento creativo

- Explicar las propuestas de Daniel en un minuto utilizando metáforas que permitan que la población comprenda fácilmente cómo impactarían estas medidas en su vida diaria. Sugerimos que en algunos casos sea Daniel de primera mano quien lo cuenta y en otros sean jóvenes de la militancia para empatizar aún más con el segmento apuntado. El contenido estará acompañado de inserts que ayudarán a graficar lo que la persona vaya narrando.

Acción territorial

- Conseguir a los jóvenes que cuenten sus experiencias.



Mensajes orgánicos I

Comunicar las propuestas desde un lugar más cercano.

Canales y formatos



- Video Reel e historias

Acompañamiento creativo

- Captar durante las coberturas a recorridas momentos en los que Daniel esté exponiendo una propuesta en particular, rodeado de gente que lo esté escuchando. El objetivo de este tipo de contenidos es que el mensaje sea el protagonista: la edición debe ser menor y buscará resaltar al candidato, su tono, su solidez y su empatía para con los ecuatorianos.



Mensajes orgánicos II

Reaccionar a videos o noticias sobre otros candidatos y sus propuestas, dando una opinion al respecto.

Canales y formatos



- Historias y video solo para TikTok

Acompañamiento creativo

- Responder a propuestas de otros candidatos y candidatas a partir de la ideología y el criterio político de Acción Democrática Nacional. Este contenido colabora mucho con el objetivo de generar conversación. Sugerimos subirnos al formato a través de la imágenes de quienes cuentan con un público mayor. Es decir, abordarlo estratégicamente, vinculado a tendencias polémicas u opiniones encontradas para con Luisa González, por ejemplo.



Contenidos sugeridos

Sugerencias para la comunicación diaria

Se trabajará con el equipo de comunicación que Daniel ya dispone dando directivas sobre criterio y abordajes creativos para unificar la comunicación del candidato en todos sus canales.



Ola Morada

-  En cada recorrida visita el restaurante/bar/puesto típico del lugar y lo disfruta como un local. El contenido que se genera es de esa visita y pone foco en la gente y en quienes administran ese lugar, su historia.
-  Resúmenes de recorridas en las que se muestre movimiento, gente, fuerza.
-  Que pongan el eje en la gente.
-  En los lugares icónicos, que la gente cuente qué es ese lugar y por qué es un hito.
-  Mucha gente con remeras violetas y el #LaOlaMorada, buscando mostrar que es mucha gente la que forma parte.
-  Mostrando gente que a medida que recorre se le acerca para contarle que quieren que gane.

Acciones territoriales

Talleres y capacitaciones. Encuentro con líderes y referentes locales para hablar sobre un nuevo Ecuador.



Ola Morada

-  • **Buscar que los jóvenes hablen de los problemas, y hagan escuchar su voz.**
-  • **Frenar gente en la calle y preguntarle qué es para ellos La Ola Morada.**
-  • **Jovenes hablando a cámara de qué es para ellos la Ola Morada, por qué forman parte.**

Un Nuevo Ecuador

-  Carrousel para redes desarrollando las 5 políticas para la juventud y otros por cada propuesta.
-  Contando él a cámara, por ejemplo, los 3 puntos más importantes del Decreto de Juventud.
-  Mostrar que para armar un nuevo Ecuador, hay que escuchar a los jóvenes. Por lo que puede ir a una clase universitaria y tener una clase con ellos, o debatir sobre el Nuevo Ecuador y qué se necesita.
-  Reaccion a videos en redes sobre problemáticas de Ecuador (pantalla partida).
-  Contar las propuestas con efectos sobreimpresos en los videos para dar mayor claridad.
-  Poner la voz de los jóvenes como algo clave y relevante para Ecuador.

Un Nuevo Ecuador

-  Que jóvenes lo entrevisten y le pregunten por qué quiere ser presidente de Ecuador.
-  Que cuente a cámara por qué quiere ser presidente, que tiene de diferente del resto.
-  ¿Cuál es el ADN de NDA? Contar pequeños datos personales de él.

Roadmap

SEMANA 01

- Social listening inicial
- Estrategia de Comunicación
- Estrategia de Contenidos
- Asesoramiento creativo
Lista de sugerencias para equipo local

SEMANA 02

- Brandbook para RRSS
- Social listening semanal
- Asesoramiento creativo
- Contenido estratégico
Ecuador se pinta de morado

SEMANA 03

- Social listening semanal
Reunión de análisis con equipo en territorio
- Asesoramiento creativo
- Contenido estratégico
Un día en la vida de Daniel Noboa Azín

SEMANA 04

- Social listening semanal
Reunión de análisis con equipo en territorio
- Asesoramiento creativo
- Contenido estratégico
Esta historia es nuestra historia

SEMANA 05

- Social listening semanal
Reunión de análisis con equipo en territorio
- Asesoramiento creativo
- Contenido estratégico
Presente vs Futuro

SEMANA 06

- Social listening semanal
Reunión de análisis con equipo en territorio
- Asesoramiento creativo
- Contenido estratégico
Distintivo

SEMANA 07

- Social listening semanal
Reunión de análisis con equipo en territorio
- Asesoramiento creativo
- Contenido estratégico
Presentación de un Nuevo Ecuador

SEMANA 08

- Social listening semanal
Reunión de análisis con equipo en territorio
- Asesoramiento creativo
- Contenido estratégico
Cierre de campaña
Carrera morada

MUCHAS

GRACIAS

 taquion

