

Un líder evita el enfrentamiento cotidiano y lo sustituye por explicación de sus planes a corto, medio y largo plazo. Ignora deliberadamente a su adversario. Únicamente saldrá de sus labios el nombre de su adversario para ponerlo en evidencia ante el electorado cuando ello sea necesario y sepa de antemano que va a atraer votos del adversario; promesas incumplidas, mala gestión, ciudadanos/as perjudicados/as por su actuación, etc... en definitiva denunciar su incompetencia para el cargo.

En la confrontación diaria se requiere de colaboradores directos del líder, de su equipo de campaña, para preservar la imagen de nuestro candidato y no desgastarle gratuitamente en choques previos a la cita con las urnas.

No solo es importante trabajar previamente los discursos, sino también controlar el lenguaje corporal, cualquier gesto, cualquier pausa, cualquier énfasis, cualquier mirada en un contexto determinando potenciará la comunicación entre el orador y el público.

Utilizaremos los medios a nuestra disposición, pero teniendo presente la máxima de que más no es siempre mejor, que es preferible la calidad a la cantidad de nuestra ofensiva publicitaria.

Los ejes básicos para la divulgación de nuestro mensaje y construcción de nuestra imagen pública lo constituyen:

El marketing directo; furgonetas o camiones con la imagen del candidato, el puerta a puerta, presencia en acontecimientos, actos públicos, y sobre todo el más económico y efectivo; el boca a boca entre vecinos, amigos, compañeros, familiares, etc... Prensa escrita y digital.

Videos para su difusión en Internet y TV, con los que reforzar nuestra notoriedad e imagen política. Adaptados al público que los va a ver. Mensajes actualizados para radio tradicional y vía Internet.

Presencia en las redes sociales.