

Help Jan / Využití virální kampaně v nizozemských volbách

21. prosince 2006 Marek Buchta

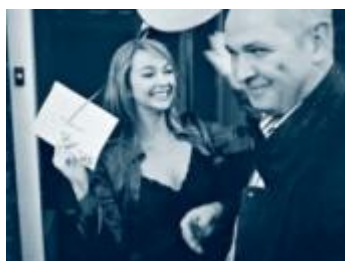
Výsledek nizozemských voleb bývá označován, obdobně jako u nás, jako pat. Vzhledem k odlišnému volebnímu systému (země není rozdělena na volební okrsky a prakticky neexistuje vstupní kvórum pro malé strany) je ale situace v Nizozemsku velmi odlišná od té naší. Při 150 parlamentních křeslech připadá na jedno křeslo 0,66 % hlasů, a tak malým stranám stačí zhruba 70 000 hlasů na jeho získání. To vede k situaci, kdy se do parlamentu, třeba i díky dobré kampani, dokáže dostat řada menších stran (celkem je nyní v nizozemském parlamentu 10 stran). V letošních volbách například včetně Strany ochránců zvířat (Partij voor de Dieren), která získala dvě křesla.

Vítězi voleb jsou sice křesťanští demokraté dosavadního premiéra Jana Petera Balkenendeho, ale pokud budeme hodnotit strany podle přírůstku hlasů od minulých voleb a následně i přírůstku počtu parlamentních křesel, vyjde nám jako skutečný „runner-up“ socialistická strana (SP) Jana Marijnissena. Ve sněmovně bude mít 26 míst, což je téměř trojnásobek předchozího stavu. Jejich kampaň je dalším příkladem toho, že promyšlené kampaně nemusí být (a často opravdu nejsou) doménou pravicových stran.

Využití virální kampaně

Podívejme se nyní blíže na využití virální kampaně v podání SP. Virální marketing využívá k šíření reklamních informací samotné uživatele (zákazníky - zde tedy voliče). Inspirací virálnímu marketingu jsou například nejrůznější vtípky, které bleskově a spontánně kolují mezi lidmi.

Virální kampaň s prostým názvem Help Jan ukazuje leadera strany Jana Marijnissena při rutinní cestě za voliči, od dveří ke dveřím. Se svojí dodávkou objíždí rodiny a rozdává úsměvy, balónky a volební materiály. Vše je laděno do červeno-bíla (barvy strany), a tak když mu překvapená volička dá pusku, je to samozřejmě rudou rtěnkou. Cestou malebnou holandskou krajinou se zastaví u staršího rolníka s ovečkou a už míří za dalším voličem. Co se však nestane, dodávka se v malebné krajině porouchá. A tak Janovi nezbyvá než poslat SMS dalšímu voliči, že potřebuje pomoc. A zde se rozjíždí virální část kampaně - vyplňte na internetové stránce www.helpjan.nl křestní jméno, číslo na mobil a email a odklikněte. „Obdarovanému“ přijde SMS zpráva a email s linkem na personalizovaný spot. Na obálce se jménem, kam má Jan pokračovat, se ve spotu objeví jeho jméno. Je to jednoduché a vtípné. Dokonce by to nemuselo urážet ani ochránce osobních údajů. Strana nic neposílá, emaily a SMS běhají spontánně mezi lidmi. I v tom je kouzlo virální kampaně.



Překvapená volička dá Janovi pusku



Zde může být i vaše jméno



Zástupce další cílové skupiny (vpravo)



Janova dodávka má poruchu



Další personalizovaná oblast



Pomozte Janovi dál - klikněte zde!