



multiplica^x

Han sabut persuadir els partits polítics catalans als electors indecisos a través d'Internet en aquestes eleccions autonòmiques?

Estudi comparatiu sobre la persuabilitat de les presències online dels partits polítics catalans en la campanya electoral autonòmica del 2006 .

Presentació i conclusions

Versió final

Barcelona, octubre 2006

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Índex

- ⊗ Antecedents i presentació de l'estudi [1]
- ⊗ Metodologia i autors [2]
- ⊗ Conclusions: Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N? [3]
- ⊗ Resultats i rankings [4]
- ⊗ 2-N, ens posem a treballar-hi? [5]

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Antecedents i presentació de l'estudi [1]

- ✘ El dia 1 de novembre els catalans estan cridats a votar en les eleccions al Parlament de Catalunya. La campanya electoral va començar oficialment el 16 d'octubre, però Internet ja s'havia avançat: setmanes abans, els diferents grups polítics ja tenien a punt les webs de campanya i molts dels blogs dels candidats i membres del partit i simpatitzants estaven en plena activitat.



La Vanguardia, 8/3/2004

- ✘ Abans d'analitzar les presències dels partits polítics catalans en detall i veient les conclusions de l'estudi que realitzaven Neus Arques de Manfatta i David Boronat de Multiplica el març del 2004 amb el contundent títol 'Les eleccions generals a Internet: la ocasió perduda', hom esperava que en les eleccions autonòmiques d'aquest 1 de novembre els partits polítics fessin un important salt qualitatiu en l'ús de la xarxa com a vehicle de comunicació i mobilització electoral.
- ✘ I és que - com assenyalava Joan Varela en el seu article publicat a La Vanguardia "L'excepció blogopolítica catalana" (març de 2006) - "Catalunya és el territori d'Espanya on els blogs estan creant un nou espai polític" i teníem, per tant, davant nosaltres una oportunitat única de mostrar noves maneres de mobilitzar des de les principals formacions polítiques electors i simpatitzants i llançar missatges clarament persuasius adreçats centralment als electors que encara no han decidit el seu vot.

Ho han aconseguit? Han sabut persuadir els partits polítics davant en aquests eleccions?

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Metodologia i autors [2]

- ✘ S'han identificat 97 factors que poden descriure la capacitat de persuasió – persuasibilitat – de les webs de campanya dels partits polítics catalans. Per buscar la màxima objectivitat possible s'han formulat els 97 factors en preguntes que ens permetien per cada web analitzada donar una resposta afirmativa o negativa. En cas afirmatiu, es donava 1 punt; en cas negatiu, es donava 0 punts. L'anàlisi s'ha realitzat entre els dies 23 i 24 d'octubre del 2006 i s'ha contactat com a potencial votant a tots els partits polítics per analitzar la seva capacitat de resposta.
- ✘ Aquests 97 factors han estat agrupats en 10 grans categories i han estat ponderats amb del 1 al 3 segons la seva importància. Les categories – també ponderades – han estat les següents:

Factors d' anàlisi	Ponderació	Nombre subcategories
Posicionament	2	6
Arquitectura de la informació	2	7
Continguts	3	19
Persuasió del candidat	3	13
Copys seductors	3	12
Disseny gràfic	1	5
Publicitat i marketing online	1	7
Interacció	3	17
Mobilització online	3	8
Segmentació	1	3

Estudi sobre la persuasibilitat de les presències online dels partits polítics catalans
Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Metodologia i autors [2]

- ✗ S'ha realitzat una anàlisi meticulosa de les presències online dels 5 partits polítics amb representació en el Parlament de Catalunya: CIU, PSC, ERC, PPC i ICV. Per a analitzar les seves presències online s'han tingut en compte com mostra les webs oficials dels partits i les dels candidats.

www.ciu.info



www.montillapresident.cat



www.carod.cat



www.ppcatalunya.com



www.joansaura.cat



Metodologia i autors [2]

✗ L'estudi ha estat realitzat per:



David Boronat, soci fundador de Multiplica (www.multiplica.com), consultora avançada especialitzada de negocis digitals i projectes d'ebusiness, expert reconegut en Internet i apassionat de la persuasió (www.persuabilidad.com) i la societat de la infomació i Catalunya (www.ditades.com).



Ester Pallarès, consultora de persuasió de Multiplica. Llicenciada en Comunicació Audiovisual i màster en Disseny d'Aplicacions Multimèdia. Actualment s'està doctorant, especialitzant-se en comunicació persuasiva a la xarxa.

Amb la col·laboració de Beatriu Beltrán, consultora junior de Persuasió de Multiplica

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Conclusions: Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N? [3]

- ✘ La e-política acostava i obria la política a la ciutadania que ara pot participar activament en la campanya. ICV en el seu moment i ERC permeten col·laborar en la redacció del programa del partit; a través dels blogs dels candidats i de les webs els electors poden conèixer els detalls de la vida dels candidats i parlar amb ells. Les webs dels partits polítics faciliten recursos als seus simpatitzants per a fer campanya a través d'Internet mitjançant banners, notícies per a blogs, o a través del mòbil. I els més atrevits poden trobar llocs per a fer apostes sobre els resultats de les eleccions i la composició final del Parlament català.
- ✘ També hi ha espai per a la 'contracampanya': les iniciatives multimèdia intel·ligents –i no tan intel·ligents- per a atacar o deixar en ridícul al partit contrari; paròdies i crítiques que tenen tanta presència o més que els llocs oficials.
- ✘ No obstant, analitzant les presències actuals podem afirmar que els polítics catalans no han tret tot el partit a la xarxa. Altra ocasió perduda per a situar-se al nivell de països capdavanters en l'ús d'Internet en la política com el Estats Units, pioners en l'e-campaigning.
- ✘ 5 fets demostren l'ús superficial que han fet d'Internet:
 1. Tots els partits polítics aposten per webs de campanya, sense una estratègia a llarg termini que mobilitzi realment a la seva militància a la xarxa.
 2. Cap partit polític sap crear un discurs clarament persuasiu pensat centralment en els electors més indecisos.
 3. Cap partit polític té una presència a la xarxa més enllà de les seves pàgines webs i alguns banners de marca que no generen tràfic.
 4. Tots documenten la campanya a través de la web però en cap cas aquestes són primícia de cap notícia destacada. La web no és protagonista en cap moment de la campanya.
 5. No esperen que els seus simpatitzants i electors hi participin d'una manera clara i activa.
- ✘ Cal donar un pas més per a aprofitar al màxim les oportunitats que ofereix Internet. Les dades de visites a les webs dels candidats a aquestes eleccions demostren l'interès del ciutadà per aquesta nova forma de comunicació política.

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Conclusions: Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N? [3]




- ✘ Els esforços de persuasió en una campanya electoral s'haurien de dirigir principalment a dos segments específics de l'electorat:
 - ✘ Electors infidels. Poden decantar-se per una opció o altra. Aquests, al seu torn, es divideixen en dos perfils diferenciats:
 - Els indecisos que volen prendre una decisió. Necessiten la informació persuasiva que s'emet durant la campanya per a decantar el seu vot cap a un partit.
 - Els indiferents que no tenen en ment anar a votar. El missatge destinat a ells tindrà arguments que busquessin l'activació del vot.
 - ✘ Simpatitzants. Ja tenen decidit el seu vot per endavant. L'objectiu de les campanyes és reforçar les conviccions d'aquest sector alhora que buscar la seva mobilització per a aconseguir suport en la campanya i més vots ja que poden fer arribar el discurs electoral del partit a sectors en els quals seria més difícil arribar: amics, familiars, etc.

- ✘ Són ben tímides les propostes adreçades a mobilitzar el simpatitzant i en cap cas veiem una clara actitud per persuadir l'elector indecís d'una manera clara i contundent. Les webs dels partits polítics haurien de posar en el centre de la seva energia l'elector indecís i crear una experiència pensada per guanyar-se el seu vot i fer-ho des de les inquietuds que preocupen al ciutadà, amb contingut, deixant clar perquè volen ser presidents i què els diferencia de la resta de forces polítiques, amb un llenguatge proper, positiu i empàtic, amb testimonials de persones conegudes del partit i de fora del partit, mostrant les persones que conformarem l'equip de govern i els futurs diputats representants, fent ús del vídeo com a clar vehicle comunicador, amb discursos adreçats a segments ben concrets, amb arguments racionals i emocionals ben treballats, amb un programa electoral digerible i amb una crida explícita sobre la necessitat de votar a favor del partit en qüestió el proper 1 de novembre.

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Resultats i rankings [4]

✘ El ranking final és el següent:






[1]		5,89
[2]		4,91
[3]		4,16
[4]		3,58
[5]		2,78

✘ Les puntuacions segons els 97 factors clau de persuasió online identificats per a fer l'estudi i degudament ponderats conforme a la seva importància en l'estratègia electoral online són, en general, molt baixes. Els partits polítics catalans, a excepció de CiU, amb un 5,89, suspenen en les puntuacions sobre la persuasió de les seves presències online. Només CiU passa l'examen mentre que les formacions del PSC i ERC suspenen amb notes que passen el 4, ICV es queda amb un 3,58, i el PPC al final de la cua, puntua per sota del 3.

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Resultats i rankings [4]




✘ El ranking per categories és:

					
	5,89	4,91	4,16	2,78	3,58
Posicionament [1]	0,53	0,53	0,15	0,45	0,53
Arquitectura de la informació [2]	0,61	0,68	0,45	0,23	0,61
Continguts [3]	0,68	0,76	0,72	0,60	0,56
Persuasió del candidat [4]	0,89	0,73	0,63	0,31	0,21
Copys seductors [5]	0,55	0,23	0,23	0,41	0,27
Disseny gràfic [6]	0,45	0,45	0,45	0,40	0,28
Publicitat i marketing online [7]	0,32	0,11	0,35	0,05	0,19
Interactivitat [8]	0,77	0,66	0,41	0,26	0,18
Mobilització online [9]	1,02	0,68	0,51	0,00	0,68
Segmentació [10]	0,06	0,06	0,26	0,06	0,06

✘ Pel que fa als resultats per categories generals, veiem que CiU és la que puntua millor en la majoria d'elles, sobretot en aquelles que considerades més rellevants pel que fa a la persuasió del partit polític. Destaquen el cas dels elements que busquen la implicació dels electors en campanya: Interactivitat i la mobilització dels simpatitzants, ja que aquests són elements claus per a les estratègies de campanyes electorals. A més a més, el mitjà online, per les seves possibilitats d'interacció, és el lloc idoni per a engrescar als electors a participar de forma activa en la campanya. També destaca en altres categories clau com són els copys seductors i la persuasió del candidat, convertint en Mas amb el candidat que més convenç online.



Resultats i rankings [4]

✘ Posicionament, arquitectura de la informació i continguts (i)

									
Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderat	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats	
2	Posicionament [1]	4	4	0,58	4	0,58	1	0,17	
	- Mostra amb claretat la proposta de valor del partit en aquestes eleccions?	3	1	0,25	1	0,25	0	0,00	
	- Es diferencia de la resta de partits? Fa explícites les seves diferències?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Es fa ús dels claims de la campanya al llarg de la web?	1	1	0,08	1	0,08	0	0,00	
	- Presenta el candidat de manera central?	2	1	0,17	1	0,17	1	0,17	
	- La web proposa un diàleg amb l'elector?	2	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- La web ens mostra el candidat/partit de manera propera?	1	1	0,08	1	0,08	0	0,00	
		12							
2	Arquitectura de la informació [2]	3	3	0,67	4	0,75	2	0,50	
	- Permetem diferents maneres d'accedir als continguts?	2	1	0,17	1	0,17	0	0,00	
	- La web té linealitat?	1	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- És fàcil trobar els continguts? Tinc els continguts a un màxim de tres clics?	3	1	0,25	1	0,25	1	0,25	
	- Els noms de les seccions m'indiquen sense confusió quin contingut hi ha?	3	1	0,25	1	0,25	1	0,25	
	- La web compleix els paràmetres d'accessibilitat? (Test d'accessibilitat TA'W)	1	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- La web es veu bé als navegadors? (test de validació de codi standard)	1	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- La velocitat d'accés és raonable? (el pes de la pàgina no supera els 200KB)	1	0	0,00	1	0,08	0	0,00	
		12							
3	Continguts [3]	13	13	0,50	13	0,56	12	0,53	
	- S'ofereix tota la informació que necessita el votant?								
	- Informació sobre el candidat	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
	- Discursos i declaracions	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
	- Programa electoral	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
	- Informació sobre la campanya	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
	- Retransmissions en directe	2	1	0,06	1	0,06	0	0,00	
	- Agenda	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
	- Notícies	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
	- Bloc de campanya	3	0	0,00	0	0,00	1	0,09	
	- Informació electoral (vot per correu...)	1	1	0,03	1	0,03	0	0,00	
	- Continguts interactius (jocs, fons de pantalla,...)	1	1	0,03	1	0,03	0	0,00	
	- Sala de premsa	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
	- Trobem continguts a on es compari la seva opció política amb la resta de for	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Mostren els possibles escenaris futurs (pautes post electorals)	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Es mostren de manera visible la seva llista electoral?	2	0	0,00	0	0,00	1	0,06	
	- Hi ha una jerarquització de temes en funció del que els usuaris de la web busq	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Trobem pàgines d'ajuda o FAQs per a resoldre dubtes?	1	1	0,03	0	0,00	1	0,03	
	- Compta amb actualització diària de continguts?	2	1	0,06	1	0,06	1	0,06	
	- La web està en català i castellà?	3	0	0,00	1	0,09	0	0,00	
	- S'utilitzen diferents formats (foto, audio, vídeo)	3	1	0,09	1	0,09	1	0,09	
		34							

Resultats i rankings [4]




✘ Posicionament, arquitectura de la informació i continguts (ii)

						
Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
2	Posicionament [1]		3	0,50	4	0,58
	- Mostra amb claretat la proposta de valor del partit en aquestes eleccions?	3	1	0,25	1	0,25
	- Es diferencia de la resta de partits? Fa explícites les seves diferències?	3	0	0,00	0	0,00
	- Es fa ús dels claims de la campanya al llarg de la web?	1	1	0,08	1	0,08
	- Presenta el candidat de manera central?	2	1	0,17	1	0,17
	- La web proposa un diàleg amb l'elector?	2	0	0,00	0	0,00
	- La web ens mostra el candidat/partit de manera propera?	1	0	0,00	1	0,08
		12				
2	Arquitectura de la informació [2]		1	0,25	3	0,67
	- Permetem diferents maneres d'accedir als continguts?	2	0	0,00	1	0,17
	- La web té linealitat?	1	0	0,00	0	0,00
	- És fàcil trobar els continguts? Tinc els continguts a un màxim de tres clics?	3	1	0,25	1	0,25
	- Els noms de les seccions m'indiquen sense confusió quin contingut hi ha?	3	0	0,00	1	0,25
	- La web compleix els paràmetres d'accessibilitat? (Test d'accessibilitat TA'w)	1	0	0,00	0	0,00
	- La web es veu bé als navegadors? (test de validació de codi standard)	1	0	0,00	0	0,00
	- La velocitat d'accés és raonable? (el pes de la pàgina no supera els 200KB)	1	0	0,00	0	0,00
		12				
3	Continguts [3]		10	0,44	10	0,41
	- S'ofereix tota la informació que necessita el votant?					
	- Informació sobre el candidat	1	1	0,03	1	0,03
	- Discursos i declaracions	1	0	0,00	1	0,03
	- Programa electoral	1	1	0,03	1	0,03
	- Informació sobre la campanya	1	1	0,03	1	0,03
	- Retransmissions en directe	2	0	0,00	0	0,00
	- Agenda	1	1	0,03	1	0,03
	- Notícies	1	1	0,03	1	0,03
	- Bloc de campanya	3	0	0,00	0	0,00
	- Informació electoral (vot per correu...)	1	1	0,03	1	0,03
	- Continguts interactius (jocs, fons de pantalla,...)	1	0	0,00	0	0,00
	- Sala de premsa	1	1	0,03	0	0,00
	- Trobem continguts a on es compari la seva opció política amb la resta de for	3	0	0,00	0	0,00
	- Mostren els possibles escenaris futurs (pactes post electorals)	3	0	0,00	0	0,00
	- Es mostren de manera visible la seva llista electoral?	2	0	0,00	1	0,06
	- Hi ha una jerarquització de temes en funció del que els usuaris de la web busq	3	0	0,00	0	0,00
	- Trobem pàgines d'ajuda o FAQs per a resoldre dubtes?	1	0	0,00	0	0,00
	- Compta amb actualització diària de continguts?	2	1	0,06	1	0,06
	- La web està en català i castellà?	3	1	0,09	0	0,00
	- S'utilitzen diferents formats (foto, audio, vídeo)	3	1	0,09	1	0,09
		34				

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Resultats i rankings [4]

✘ Persuasió del candidat, copys seductors i disseny gràfic (i)

									
Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderat	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats	
3	Persuasió del candidat [4]		9	0,65	9	0,54	6	0,46	
	- El candidat té pàgina pròpia amb domini propi?	1	1	0,04	1	0,04	1	0,04	
	- Té un bloc personal?	3	0	0,00	0	0,00	1	0,12	
	- Té un vídeo bloc personal?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Parla en primera persona quan ens explica la seva biografia?	1	0	0,00	1	0,04	0	0,00	
	- Explica coses de la seva vida que el fan més humà?	1	1	0,04	1	0,04	0	0,00	
	- Ensenya fotos de la seva vida més privada?	1	1	0,04	1	0,04	0	0,00	
	- Permet contactar amb ell?	2	1	0,08	1	0,08	1	0,08	
	- Respon a les preguntes enviades? (en un període de 40 hores)	3	1	0,12	0	0,00	0	0,00	
	- Ens parla de la seva experiència en gestió pública?	1	1	0,04	1	0,04	1	0,04	
	- Explica perquè vol ser president?	2	0	0,00	1	0,08	0	0,00	
	- Mostra imatges i/o testimonials de persones conegudes (del seu propi partit)	2	1	0,08	1	0,08	1	0,08	
	- Mostra imatges i/o testimonials de persones conegudes (que no siguin del p	3	1	0,12	1	0,12	1	0,12	
	- Mostra testimonials de persones desconegudes recolzant-lo personalment?	3	1	0,12	0	0,00	0	0,00	
		26							
3	Copys seductors [5]		5	0,40	2	0,17	2	0,17	
	- Es poden llegir els textos sense fer un esforç?	1	1	0,03	0	0,00	0	0,00	
	- Trobem explicació ampliada de l'eslogan de la campanya?	1	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Explica els beneficis per als electors? Quins beneficis treuran si surt la meua	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- S'ofereixen arguments racionals per prendre la decisió?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- S'ofereixen arguments emocionals per prendre la decisió?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- S'utilitza un to positiu?	2	1	0,07	1	0,07	1	0,07	
	- S'utilitza el sentit de l'humor per a explicar les propostes pròpies?	2	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Trobem un resum del programa electoral accessible via web?	3	1	0,10	1	0,10	1	0,10	
	- El programa és digerible?	3	1	0,10	0	0,00	0	0,00	
	- Ens dona motius per a no votar altres opcions?	3	1	0,10	0	0,00	0	0,00	
	- Es fa explícita la importància del vot de l'elector el dia dels comicis?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
	- Es demana el vot explícitament?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
		30							
1	Disseny gràfic [6]		4	1,00	4	1,00	4	1,00	
	- La web ens presenta un disseny gràfic de primera qualitat?	3	1	0,38	1	0,38	0	0,00	
	- Hi ha consistència gràfica? Totes les pàgines respecten el mateix disseny?	2	1	0,25	1	0,25	1	0,25	
	- Hi ha coherència gràfica amb la imatge offline?	2	1	0,25	1	0,25	1	0,25	
	- S'il·lustra amb imatges les informacions que es donen?	1	1	0,13	1	0,13	1	0,13	
	- Ofereix elements gràfics que connectin amb les emocions?	3	1	0,38	1	0,38	1	0,38	
		8							

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

Resultats i rankings [4]

✘ Persuasió del candidat, copys seductors i disseny gràfic (ii)






Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
3	Persuasió del candidat [4]		5	0,23	3	0,15
	- El candidat té pàgina pròpia amb domini propi?	1	0	0,00	1	0,04
	- Té un bloc personal?	3	0	0,00	0	0,00
	- Té un vídeo bloc personal?	3	0	0,00	0	0,00
	- Parla en primera persona quan ens explica la seva biografia?	1	1	0,04	0	0,00
	- Explica coses de la seva vida que el fan més humà?	1	1	0,04	0	0,00
	- Ensenya fotos de la seva vida més privada?	1	1	0,04	0	0,00
	- Permet contactar amb ell?	2	1	0,08	1	0,08
	- Respon a les preguntes enviades? (en un període de 40 hores)	3	0	0,00	0	0,00
	- Ens parla de la seva experiència en gestió pública?	1	1	0,04	1	0,04
	- Explica perquè vol ser president?	2	0	0,00	0	0,00
	- Mostra imatges i/o testimonials de persones conegudes (del seu propi partit)	2	0	0,00	0	0,00
	- Mostra imatges i/o testimonials de persones conegudes (que no siguin del p)	3	0	0,00	0	0,00
	- Mostra testimonials de persones desconegudes recolzant-lo personalment?	3	0	0,00	0	0,00
		26				

Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
3	Copys seductors [5]		4	0,30	3	0,20
	- Es poden llegir els textos sense fer un esforç?	1	0	0,00	0	0,00
	- Trobem explicació ampliada de l'eslogan de la campanya?	1	1	0,03	1	0,03
	- Explica els beneficis per als electors? Quins beneficis treuran si surt la meua d	3	0	0,00	0	0,00
	- S'ofereixen arguments racionals per prendre la decisió?	3	0	0,00	0	0,00
	- S'ofereixen arguments emocionals per prendre la decisió?	3	0	0,00	0	0,00
	- S'utilitza un to positiu?	2	1	0,07	1	0,07
	- S'utilitza el sentit de l'humor per a explicar les propostes pròpies?	2	0	0,00	0	0,00
	- Trobem un resum del programa electoral accessible via web?	3	1	0,10	0	0,00
	- El programa és digerible?	3	1	0,10	1	0,10
	- Ens dona motius per a no votar altres opcions?	3	0	0,00	0	0,00
	- Es fa explícita la importància del vot de l'elector el dia dels comicis?	3	0	0,00	0	0,00
	- Es demana el vot explícitament?	3	0	0,00	0	0,00
		30				

Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
1	Disseny gràfic [6]		3	0,88	3	0,83
	- La web ens presenta un disseny gràfic de primera qualitat?	3	0	0,00	0	0,00
	- Hi ha consistència gràfica? Totes les pàgines respecten el mateix disseny?	2	1	0,25	1	0,25
	- Hi ha coherència gràfica amb la imatge offline?	2	1	0,25	1	0,25
	- S'il·lustra amb imatges les informacions que es donen?	1	0	0,00	1	0,13
	- Ofereix elements gràfics que connectin amb les emocions?	3	1	0,38	0	0,00
		8				

Resultats i rankings [4]

⊗ Publicitat online, interactivitat, mobilització online i segmentació (i)

								
Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderat	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
1	Publicitat i marketing online [7]		5	0,71	2	0,24	5	0,76
	- S'estableix un pla de contactes (newsletter)? A través de l'email	2	1	0,12	1	0,12	0	0,00
	- S'estableix un pla de contactes (newsletter)? A través del SMS	2	1	0,12	1	0,12	0	0,00
	- Es fa publicitat a la xarxa? (Vilaweb, e-notícies, La Vanguardia i El Periódico)	3	1	0,18	0	0,00	1	0,18
	- Surt la web del candidat la primera en una cerca a Google pel nom i cognom?	3	1	0,18	0	0,00	1	0,18
	- Trobem anuncis d'Adwords en les cerques pel nom dels candidats?	3	0	0,00	0	0,00	1	0,18
	- Es promociona la web des de l'offline? Ens mostren el domini des dels cartells	2	1	0,12	0	0,00	1	0,12
	- El domini de la web del cartell electoral ocupa un espai destacat?	2	0	0,00	0	0,00	1	0,12
		17						
3	Interactivitat [8]		10	0,57	9	0,49	5	0,30
	- Possibilitat de contactar: Via email	1	1	0,03	1	0,03	0	0,00
	- Possibilitat de contactar: Via formulari	1	1	0,03	1	0,03	1	0,03
	- Possibilitat de contactar: Via SMS	1	0	0,00	1	0,03	0	0,00
	- Es destaca a la home la possibilitat de contactar?	3	0	0,00	1	0,08	1	0,08
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via testimonial	2	1	0,05	0	0,00	1	0,05
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via enquesta	2	1	0,05	0	0,00	1	0,05
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via fòrum	2	1	0,05	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via xat	2	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via comentaris al bloc	2	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via SMS	2	1	0,05	1	0,05	0	0,00
	- Es destaca a la home la possibilitat d'intervenir?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: A un butlletí	2	1	0,05	1	0,05	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: Com voluntari	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: Com afiliat	3	1	0,08	1	0,08	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: Com interventor	3	1	0,08	0	0,00	0	0,00
	- Es destaca a la home la possibilitat d'inscripció?	2	0	0,00	1	0,05	0	0,00
	- Es dona la possibilitat de recomanar algun dels espais de la web?	3	1	0,08	1	0,08	1	0,08
		37						
3	Mobilització online [9]		6	0,75	4	0,50	3	0,38
	- Possibilitat de "Fes campanya amb nosaltres": Via online	3	1	0,13	1	0,13	1	0,13
	- Possibilitat de "Fes campanya amb nosaltres": Via SMS	3	1	0,13	1	0,13	0	0,00
	- Possibilitat de "Fes campanya amb nosaltres": Via offline	3	1	0,13	0	0,00	1	0,13
	- Es destaca a la home la possibilitat de "Fes campanya"?	3	0	0,00	1	0,13	0	0,00
	- Hi ha un argumentari sobre com convèncer als amics de que votin la nostra d	3	1	0,13	0	0,00	1	0,13
	- S'han creat espais de 'xarxa de blogs amics' de simpatitzants?	3	1	0,13	1	0,13	0	0,00
	- Permeten crear espais de voluntaris online?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	- Permeten donatius online?	3	1	0,13	0	0,00	0	0,00
		24						
1	Segmentació [10]		1	0,14	1	0,14	2	0,57
	- Es dirigeix a militants/simpatitzant?	1	1	0,14	1	0,14	1	0,14
	- Es dirigeix principalment a electors indecisos?	3	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	- El candidat es dirigeix a segments ben concrets?	3	0	0,00	0	0,00	1	0,43
		7						

Resultats i rankings [4]

⊗ Publicitat online, interactivitat, mobilització online i segmentació (ii)



Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
1	Publicitat i marketing online [7]		1	0,12	3	0,41
	- S'estableix un pla de contactes (newsletter)? A través de l'email	2	1	0,12	1	0,12
	- S'estableix un pla de contactes (newsletter)? A través del SMS	2	0	0,00	0	0,00
	- Es fa publicitat a la xarxa? (Vilaweb, e-notícies, La Vanguardia i El Periódico)	3	0	0,00	0	0,00
	- Surt la web del candidat la primera en una cerca a Google pel nom i cognom?	3	0	0,00	1	0,18
	- Trobem anuncis d'Adwords en les cerques pel nom dels candidats?	3	0	0,00	0	0,00
	- Es promociona la web des de l'offline? Ens mostren el domini des dels cartell	2	0	0,00	1	0,12
	- El domini de la web del cartell electoral ocupa un espai destacat?	2	0	0,00	0	0,00
		17				

Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
3	Interactivitat [8]		3	0,19	3	0,14
	- Possibilitat de contactar: Via email	1	1	0,03	1	0,03
	- Possibilitat de contactar: Via formulari	1	0	0,00	1	0,03
	- Possibilitat de contactar: Via SMS	1	0	0,00	0	0,00
	- Es destaca a la home la possibilitat de contactar?	3	0	0,00	1	0,08
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via testimonial	2	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via enquesta	2	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via fòrum	2	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via xat	2	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via comentaris al bloc	2	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'intervenir i participar: Via SMS	2	0	0,00	0	0,00
	- Es destaca a la home la possibilitat d'intervenir?	3	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: A un butlletí	2	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: Com voluntari	3	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: Com afiliat	3	1	0,08	0	0,00
	- Possibilitat d'inscripció: Com interventor	3	1	0,08	0	0,00
	- Es destaca a la home la possibilitat d'inscripció?	2	0	0,00	0	0,00
	- Es dona la possibilitat de recomanar algun dels espais de la web?	3	0	0,00	0	0,00
		37				

Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
3	Mobilització online [9]		0	0,00	4	0,50
	- Possibilitat de "Fes campanya amb nosaltres": Via online	3	0	0,00	1	0,13
	- Possibilitat de "Fes campanya amb nosaltres": Via SMS	3	0	0,00	0	0,00
	- Possibilitat de "Fes campanya amb nosaltres": Via offline	3	0	0,00	1	0,13
	- Es destaca a la home la possibilitat de "Fes campanya"?	3	0	0,00	0	0,00
	- Hi ha un argumentari sobre com convèncer als amics de que votin la nostra d	3	0	0,00	1	0,13
	- S'han creat espais de 'xarxa de blogs amics' de simpatitzants?	3	0	0,00	0	0,00
	- Permeten crear espais de voluntaris online?	3	0	0,00	0	0,00
	- Permeten donatius online?	3	0	0,00	1	0,13
		24				

Importància		Importància	Punts absolut	Punts ponderats	Punts absolut	Punts ponderats
1	Segmentació [10]		1	0,14	1	0,14
	- Es dirigeix a militants/simpatitzant?	1	1	0,14	1	0,14
	- Es dirigeix principalment a electors indecisos?	3	0	0,00	0	0,00
	- El candidat es dirigeix a segments ben concrets?	3	0	0,00	0	0,00
		7				

Han sabut persuadir els partits polítics davant l'1-N?

2-N, ens posem a treballar-hi? [5]

- ✘ Són 3 les línies de treball que recomanem que els partits polítics abordin des del mateix 2-N si volen convertir-se realment en forces polítiques del segle XXI modernes i innovadores:
 - ✘ Crear eines que permetin una major connexió i proximitat entre la militància, aprofitant el potencial d'Internet per connectar persones que no coincideixen en les variables espai i temps per crear el punt d'encontre virtual entre militants. Ens referim a un directori d'accés restringit – estil LinkedIn.com - de la militància amb informació personal, professional i política dels seus integrants, on el militant convida a donar-se d'alta als seus contactes de primer nivell, els quals expliciten la informació que volen aportar al sistema i el caràcter privat o públic d'aquesta informació. El sistema pot permetre recerques avançades entre la xarxa de contactes i la xarxa de la xarxa per criteris com l'empresa o entitat, interessos, grups de treball al que pertanyen,... i possibilitant que el partit pugui també publicar informació d'interès pels militants i que es notifiquin canvis en les dades dels contactes de primer nivell.
 - ✘ Crear eines que permetin als militants tenir els seus propis espais a la xarxa como si d'un Myspace polític es tractés dins del paraigües d'un partit. La idea es dinamitzar bases des de les bases, i fer que la gent construeixi partit podent crear microcampanyes, recollir diners per la campanya i gestiona plenament la seva microcomunitat. El partit demòcrata nord-americà ens ha ensenyat el camí amb el seu Party Builder.
 - ✘ Crear eines que facilitin la deliberació entre la militància d'una manera orquestrada i entre la cúpula directiva, permetent una millor gestió del coneixement en el sí dels partits polítics i sistemes de discussió del segle XXI on les opinions circulen per la xarxa sense la necessitat de reunions i més reunions per aclarir línies programàtiques o ideològiques.
- ✘ El futur passa per un plantejament a llarg termini que s'inicia quan comencen les legislatures i no a pocs dies de passar per les urnes. Confiam que les eleccions nord-americanes del 2008 obrin els ulls als partits polítics catalans i no tornem a tenir unes eleccions catalanes tan descafeïnades com les que tancarem el proper dia 1 de novembre.

Contacts:

David Boronat
david@multiplica.com

Ester Pallarès
ester@multiplica.com

Multiplica

Plaça Tirant Lo Blanc, 7
08005 Barcelona
Telf: 93 224.04.84
www.multiplica.com