

# Инсайд. 10 шагов, которые нужно сделать до старта избирательной кампании

До ЕДГ-2023 осталось совсем немного времени.

Если кто-то хочет попробовать свои силы на региональных и местных выборах, то вместе с Ильей Щеголихиным написали 10 шагов, которые нужно сделать на старте, чтобы выиграть кампанию:

Шаг 1. Трезво оцени бюджет кампании, финансовые ресурсы свои и друзей/партнеров. Начинать переговоры прямо сейчас.

Шаг 2. Определись: округ, или партийный список?

Шаг 3. Только теперь определись с партией, если до этого ты не работал уже с какой-то.

Шаг 4. Сформируй команду.

Шаг 5. Сформулируй очень четкие ответы на три главных вопроса, которые тебе будут задавать так или иначе вообще все в ближайшие 270 дней:

- кто я?

- откуда я?

- зачем я иду на выборы?

Шаг 6. Проанализируй проблемное поле и потенциальных конкурентов.

Шаг 7. Сформулируй, какое сообщение (какую пользу) ты несёшь жителям? В чем суть твоего политического предложения?

Шаг 8. Начни работать с медиа. В первую очередь соцсети. Это можно (нужно) сделать уже завтра.

Шаг 9. Начинать переговоры с партиями о своем выдвижении.

Шаг 10. Определись с главным технологом кампании.

Все это нужно успеть сделать примерно за 50 дней - до конца января.



Помни, самое главное преимущество - время. Его всегда не хватает. Поэтому "времени на раскачку нет" (с). Если ты четко решил идти на выборы, то с этого момента у тебя не может быть ни одной свободной минуты.

## Подробнее

**Шаг 1.** Как прикинуть бюджет избирательной кампании на раннем этапе.

Дисклеймер: избирательная кампания - многофакторный процесс, поэтому каких-то единых расценок нет, бюджет считается каждый раз индивидуально и так далее.

Но универсальные принципы есть:

1. Вот сейчас в декабре, чтобы оценить свои возможности, грубо прикинуть бюджет можно с помощью эмпирически выведенной цифры 500-600 рублей на одного избирателя.
2. Более точный бюджет вам должен сверстать политтехнолог. Это его работа.
3. Есть 4 итерации бюджета:
  - 1-я, которую надо сделать сейчас, чтобы понимать куда ввязываешься;
  - 2-я, которую должен сделать технолог в январе-феврале на основе первичных данных;
  - 3-я, которую делает технолог в конце мая, когда определились кандидаты от "Единой России" (даже если это вы - кандидат от "Единой России");
  - 4-я, когда завершился процесс выдвижения кандидатов.

Дальше только коррекция по ходу кампании.

4. Непреложное правило: с каждой итерацией бюджет увеличивается. Не только потому, что технолог входит во вкус, но и потому что появляются новые данные, меняется ситуация и т.д.
5. Отсюда простая техника. Прикинули бюджет? Умножьте цифру на два и решите, где будете брать вторую половину, когда она понадобится.
6. Размер бюджета кампании - это всегда компромисс между "надо" и "есть в кармане".
7. От размера бюджета зависит не факт победы, а ее вероятность. Истории, когда люди выигрывали за "ноль рублей" есть и они очень известны. Но на каждую такую победу приходится 9 999 никому неизвестных поражений "без бюджета".

8. Никакой бюджет не дает 100%-ной вероятности победы. Есть предел, до которого каждый дополнительный миллион увеличивает вероятность победы на 5-10%, а после которого даже 10 млн добавляют меньше процента. Задача технолога сверстать бюджет для победы с вероятностью в 90% - это оптимум.

9. Чем выше уровень выборов, тем дешевле голос избирателя, но больше общий объем бюджета. На выборах в думу среднего города голос избирателя может "стоить" и 5 тысяч рублей, и больше, а на выборах губернатора – и меньше тысячи.

10. Никогда не ведите кампанию только "на свои". У вас должны быть друзья/партнеры/спонсоры, с которыми вы можете разделить риски.

И в заключение. НИКОГДА, слышите, НИКОГДА (!!!) не занимайте деньги на кампанию!!! Избирательная кампания - высокорисковая инвестиция. Как и на бирже, в нее можно вкладывать только те средства, с которыми вы можете легко и безболезненно попрощаться. Нет такой выборной должности, ради которой стоит оставить без средств для существования себя и свою семью.

## **Шаг 2.** Определись: округ, или партийный список?

Плюсы списка:

- ниже риски,
- меньше организационных и временных затрат.

Минусы списка:

- в список включают только тех, кто может сделать решающий вклад в кампанию - деньгами, публичным ресурсом, или еще как-то,
- если речь о деньгах, то это очень дорого,
- если партия слабая, то придется серьезно вкладываться в ее кампанию,
- обычно список есть только на выборах в региональный парламент, на местных скорее всего нет.

Основная проблема 2023 года: возможное сокращение доли депутатских мандатов по партспискам с 50% до 30 и даже 25%. В этом случае взнос в кампанию ЕР значительно вырастает (и скорее всего его сделают корпоративные кандидаты), а шансы оппозиции провести второго депутата падают до нуля.

Плюсы округа:

- меньше зависимость от общепартийной кампании (что важно, если ей занимаются некомпетентные люди),
- возможность выбрать наиболее благоприятную для себя территорию,
- больше пространство маневра (не обязательно везде лепить логотипы партии, если на округе у нее высокий антирейтинг например).

Минусы округа:

- высокие риски,
- потенциально высокая конкуренция (кроме парламентской оппозиции всегда есть еще 2-4 самодвига),
- требуется высокий уровень вовлечения в кампанию (придется нанимать людей, проводить встречи, выступать и вот это все)
- придется много работать

В целом, в 2023 году, если есть деньги, нет криминального прошлого и совсем уж плохой репутации в настоящем, то лучше не морочить себе голову и пробиваться в список. Но количество проходных мест там крайне ограничено, а конкуренция высокая. Поэтому придется маневрировать. Впрочем, политика - это и в том числе искусство маневрирования. Так что маневрируйте!

## **Шаг 3.** Определись с партией, если до этого ты не работал уже с какой-то.

1. Глобально, партии делятся на те, что могут выдвигать кандидатов без сбора подписей и те, что не могут. Вторых - сразу в утиль. Список первых можно найти в региональном избиркоме.

2. Выдвигаться в порядке самовыдвижения в 2023 году - это все еще самоубийственный план. Даже слово губернатора не всегда защищает от сноса по подписям. Не стоит так рисковать.

3. Партии отличаются в первую очередь ценой входа: чем лучше бренд, тем дороже будет билет. Парламентские партии скорее всего потребуют от одномандатника не только показать имеющийся на кампанию бюджет, но и сделать взнос в общий избирательный фонд. И это нормально.

4. Обсуждать с партийным начальством нужно каждую деталь договоренностей - не надо стесняться и рассчитывать на доверительные отношения. Подтвердить договоренности должен руководитель партии в регионе - иначе это все пустые звуки.

5. У партий разные тайминги для принятия решений. "Единая Россия" на январь уже скорее всего предварительные списки согласовала. В КПРФ - в зависимости от региона - могут определиться уже к апрелю, а могут дотянуть и до июня. Остальные тянут до последнего.

6. Из непарламентских партий есть смысл сотрудничать с РПСС (бывшая КПСС) и "Гражданской платформой". Они самые адекватные по соотношению цена/качество.

7. Теперь про парламентские партии. Очевидно, наилучший вариант: "Единая Россия".

Плюсы: огромное ядро лояльных избирателей (ок. 25%), мощная система мобилизации, поддержка мэров, технологи и технологии (в том числе и самые современные интернет-технологии), и т.д. Вероятность победы стремится к 100%.

Минусы: высокая конкуренция (ты еще с ЕР договорись о выдвижении), неповоротливая бюрократия, минимум свободы действий, масса внутренних интриг, плохо справляются с конкурентными кампаниями.

8. КПРФ.

Плюсы: второе по величине ядро избирателей (ок. 10%), хоть какая-то система мобилизации, своя АПМ на уровне региона, позиция главной оппозиционной партии в стране - при правильном управлении можно забрать вообще весь протест и выиграть.

Минусы: малодеееспособная партийная бюрократия (лучше помощи не ждать), довольно требовательны к кандидатам (подозрительны к заезжим коммерсантам), горкомы и райкомы любят получать деньги, но очень не любят за них отчитываться.

9. СРЗП и ЛДПР.

Плюсы: почти полная свобода действий (в целом всем - от федерального до местного руководства партии - плевать, что ты там на округе у себя делаешь), свое, хоть и маленькое ядро (3-5%), федеральный АПМ (региональный бывает, но редко), если идешь на победу - поддержка федеральных ВИПов.

Минусы: как правило нет оргструктуры, нет системы мобилизации, нет денег, есть только бренд - вот им и пользуйся.

10. "Новые люди".

Плюсы: полная свобода действий (если есть деньги, то можно смело диктовать свои условия), все еще не стершийся эффект новизны (актуально только для сезона 2023), современный "нетошнотворный" бренд-бук.

Минусы: как и в п.6 + еще большая организационная неразбериха и большое количество дилетантов, которые не только не помогают, а скорее мешают вести кампанию.

**Шаг 4. Сформируй команду.**

1. Команда и политтехнологи - это разные сущности.

Задача политтехнологов: эффективно организовать избирательную кампанию.

Задача команды: наполнить ее смыслом, энергией, вдохновением и коммуникациями.

Худший вариант: технологи пытаются вдохновить кандидата, а команда занимается организацией избирательной кампании (и борьбой с политехнологами).

2. Команда - это люди, чьи долгосрочные цели совпадают с вашими, кто готов к долговременному активному сотрудничеству, кому вы доверяете, кто с вами надолго и может взять на себя то, или иное направление и в кампании, и после.

3. Цели команды находятся за пределами выборов. Команда - это те, кто останутся с вами и продолжат работать после выборов (вне зависимости от их исхода).

4. Политик без команды, за редкими исключениями, не живет.

5. Основные задачи команды:

- взять на себя часть коммуникаций с элитами, на которые не хватает времени у кандидата;

- быть доверенными лицами кандидата, в том числе, брать на себя часть встреч с избирателями (на крупных выборах), говорить от имени кандидата;

- включенный аудит и идеологическая накачка агитационной сети - никто так не вдохновит агитаторов как сам кандидат и члены его команды;

- эмоциональная поддержка кандидата.

6. Позитивные роли в команде кандидата:

- лидер (обычно сам кандидат);

- мудрец;

- генератор идей;

- позитивный критик;

- умиротворитель;

- финансист;

- боец (взаимодействие с силовиками, защита кандидата, штаба и агитсети);

- разведчик-параноик (разведка и контрразведка);

- позитивный заводила (привносит свою энергию и позитив);

7. Негативные роли в команде:

- подпевала;

- деструктивный критик;

- "опытный" (прошел одну-две маленьких кампании и переносит их опыт без осмысления и понимания сути);

- искатель внутренних врагов;

- надоедливый клоун.

8. Задача лидера (кандидата): вывести членов команды в позитивные роли и не давать скатиться в негативные. Например, если ваш "разведчик-параноик" слишком увлекся поиском утечек в своем штабе и проваливает разведку в штабе конкурента, то он превращается в "искателя внутренних врагов" и легко может развалить и штаб, и всю кампанию.

9. Цели, взаимные интересы, сферы полномочий и зоны ответственности нужно зафиксировать с членами команды до начала кампании, чтобы не толкались локтями в самый напряженный момент.

10. Доверие между членами команды - ключевая характеристика. Выборы - хорошая проверка доверия перед тем как делать дальнейшую совместную карьеру.

*Подготовлено совместно с Ильей Щеголихиным.*

Автор: Дмитрий Еловский © Babr24.com Источник: [https://t.me/yellow\\_sky\\_policy](https://t.me/yellow_sky_policy) ПОЛИТИКА, РОССИЯ 👁 18421  
04.01.2023, 10:20 🔄 387

URL: <https://babr24.com/?IDE=238911> Bytes: 11766 / 11647 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

*Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:*

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

*Связаться с редакцией Бабра:*

[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

Автор текста: **Дмитрий  
Еловский.**

#### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)

Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [krasyar.babr@gmail.com](mailto:krasyar.babr@gmail.com)

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [nsk.babr@gmail.com](mailto:nsk.babr@gmail.com)

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [tomsk.babr@gmail.com](mailto:tomsk.babr@gmail.com)

Прислать свою новость

#### ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot\\_bot](#)

эл.почта: [equatoria@gmail.com](mailto:equatoria@gmail.com)

#### **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:**

---

эл.почта: [babrmarket@gmail.com](mailto:babrmarket@gmail.com)

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)