



УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ В ПОЛИТИЧЕСКИХ КАМПАНИЯХ. СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

ПОДГОТОВИЛИ

СТУДЕНТКИ ГРУППЫ ПСОЗ-2

КОСМАЧЕВА ОКСАНА

КАЛЮБИНА ТАТЬЯНА



СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ – ЭТО ОСОБОГО РОДА МОДЕЛЬ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ, ПОЗВОЛЯЮЩАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЮ РАСПРОСТРАНЯТЬ СВОЮ ПРОДУКЦИЮ ПОТРЕБИТЕЛЯМ ЧЕРЕЗ ПРЯМЫЕ ПРОДАЖИ.

В его основе лежит концепция реализации товаров и услуг, опирающаяся на создание сети независимых дистрибьюторов, каждый из которых, кроме непосредственно сбыта продукции, обладает правом на привлечение партнеров, имеющих аналогичные права.

Доход участников сети формируется за счет комиссионных вознаграждений за реализацию продукта и бонусов, представляющих собой дополнительные вознаграждения.

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ В ПОЛИТИКЕ



**В ПОЛИТИЧЕСКИХ КАМПАНИЯХ ВМЕСТО
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ОПРЕДЕЛЕННЫХ
ТОВАРОВ И УСЛУГ – СТОРОННИКИ,
ЭЛЕКТОРАТ, ГОЛОСА НА ВЫБОРАХ**

**ПРИМЕНЕНИЕ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА В
ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЯХ В РОССИИ
/ В КАКИХ РЕГИОНАХ ТЕХНОЛОГИЯ БЫЛА
ЗАМЕЧЕНА РАНЕЕ**



Visitors
2,958

Apr 19 Apr 26 May 3

1,049 Visits
25,423 Pageviews
3.32 Page

Map Overview

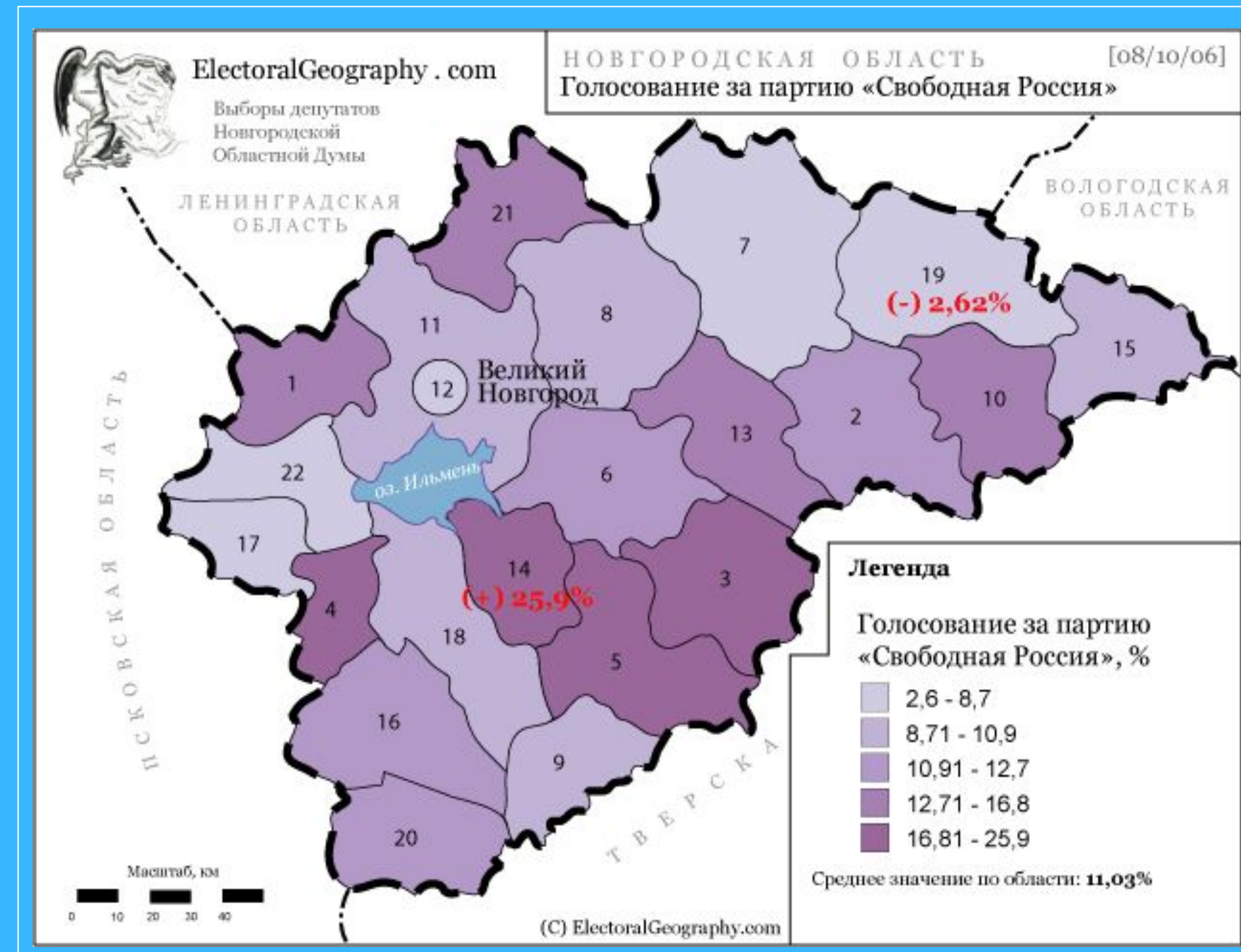
Content Overview

Pages

НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ, 2006Г.

ПАРТИЯ "СВОБОДНАЯ РОССИЯ" ПРОДВИГАЛАСЬ В ХОДЕ КАМПАНИИ ПО ВЫБОРАМ ДЕПУТАТОВ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТНОЙ ДУМЫ IV СОЗЫВА МЕТОДАМИ, ХАРАКТЕРНЫМИ ДЛЯ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА.

- представители партии получили два депутатских мандата
- руководитель новгородского регионального отделения партии Виталий Майоров являлся суперлидером компании "Белый Кот", также активно использующей в продвижении своих товаров сетевой маркетинг.





**Саратовская и Иркутская
области, 2007 г.**

- Основным механизмом «сбора» голосов стала создаваемая сеть агитаторов.
- «скупка» голосов по технологии сетевого маркетинга.
- Антон Баков предложил создать ее под видом «антикоммунистической сети "Комитетов защиты капитализма"»

в области с 1 000 000 избирателей создать сеть из 5000 агитаторов, которые должны привести на участки необходимое количество избирателей.



ЕДИНАЯ РОССИЯ, 2007Г.

**ЕДИНАЯ РОССИЯ» В ОТСУТСТВИЕ ВНЯТНОЙ ИДЕОЛОГИИ БЕРЕТ НА
ВООРУЖЕНИЕ СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ. ПОМИМО АДМИНИСТРАТИВНОГО
РЕСУРСА ПОБЕДУ НА ПРЕДСТОЯЩИХ ВЫБОРАХ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ
ДУМУ ДОЛЖЕН ОБЕСПЕЧИТЬ ПРОЕКТ «1+10» «ПАРТИЙНАЯ
МОБИЛИЗАЦИЯ».**

Запуск проекта, который стартует во всех регионах, подтвердил председатель исполкома Петербургского отделения «Единой России» Николай Константинов. По его словам, программа была разработана минувшей весной в Центральном исполнительном комитете партии. Все лето в Москве функционеров обучали внедрению «ноу-хау»

Предполагается, что мобилизованная десятка должна прийти на избирательные участки и проголосовать за «Единую Россию».

УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, 2015 г.

МОБИЛИЗАЦИЯ СТОРОННИКОВ. ПРОЕКТ «1+1»

«1+1» направлен на укрепление рядов ЕР, привлечение сочувствующих граждан, которые голосуют на выборах за нашу партию, однако, никак не оформили с ней отношения. Задача номер один - таких людей выявить и привлечь к активной работе. Параллельно идет работа с базой сторонников: кто-то в ней числится, но до сих пор членом партии не стал - это не порядок. Также проект направлен в каком-то смысле и на чистку рядов, чтобы все поручения, которые даются партийным руководством, были исполнены самым надлежащим образом. Самых активных участников проекта по мобилизации будем поощрять, по отстающим будут приниматься определенные управленческие решения.»

РАБОТАЕТ ЛИ ДАННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ СЕЙЧАС?





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!