



Eleições 

**Autárquicas
2017**

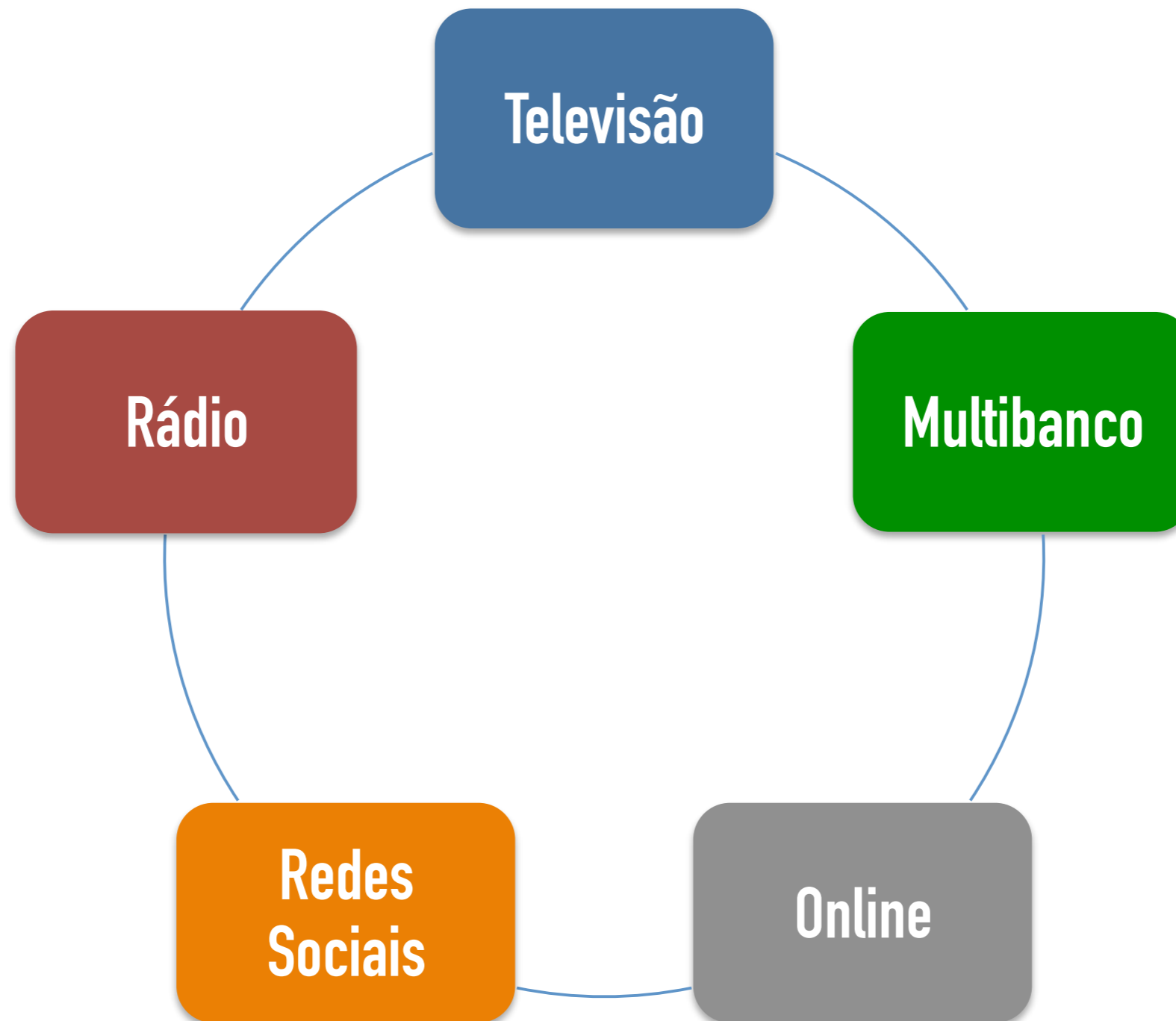
1 de outubro



RELATÓRIO DE PÓS-AVALIAÇÃO
Campanha de Esclarecimento Cívico
Eleição dos Órgãos das Autarquias Locais 2017

10 outubro 2017

Estratégia de Meios



1. TELEVISÃO

14.AGO A 1.OUT

1. Televisão - ratings diários

CNE - Comissão Nacional de Eleições
Eleição dos órgãos das autarquias locais

Temas:

■ apelo ao voto - tv 30"/15"
■ recenseamento - tv 30"

■ voto antecipado - tv 20"
■ onde voto tv 30"

x bónus

Suporte	Dur	SETEMBRO																			S.	O.		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	30	1		
TV		S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	S	D		
RTP																								
info08-08h00 - bom dia Portugal	30"					1,5		1,7				1,3							1,7					
info08-08h00 - bom dia Portugal	15"				1,8								2,1		2,0						2,6			
info08-08h00 - bom dia Portugal	20"	2,4																						
info18-18h00 - Portugal em directo	30"						2,4				2,7								2,7					
info18-18h00 - Portugal em directo	15"				2,5								2,6	3,1						2,7				
info13-13h00 - jornal tarde sab/dom	30"								6,0	5,7														
info13-13h00 - jornal tarde sab/dom	15"																	5,2				6,2	5,1	
info13-13h00 - jornal tarde sab/dom	20"			*	passou p/ 9 set. 30" sem acrescimo																			
ent16-16h00 - aqui Portugal sab	30"																				2,7			
ent16-16h00 - aqui Portugal sab	20"	1,9																						
TVI																								
09h00 - diário manhã	30"					1,3					1,2									1,6				
09h00 - diário manhã	15"				1,5										1,5									
13h00 - jornal uma 2ª a 6ª	30"						7,4												7,0					
13h00 - jornal uma 2ª a 6ª	15"				7,1								6,0											
13h00 - jornal uma 2ª a 6ª	20"	6,9																						
13h00 - jornal uma sab/dom	30"																				6,2			
13h00 - jornal uma sab/dom	15"																	7,5					7,3	
13h00 - jornal uma sab/dom	20"			7,1																				
16h00 - filme sab	30"								2,5								2,5				3,4			
16h00 - filme sab	15"																				3,2			
16h00 - filme sab	20"	3,4																						
15h00 - somos Portugal dom	30"									7,0														
15h00 - somos Portugal dom	15"																						6,7	
15h00 - somos Portugal dom	20"			5,4																				
18h00 - a tarde é sua	30"						3,2					3,4							3,5					
18h00 - a tarde é sua	15"			6,2	*								3,4											
18h00 - a tarde é sua	20"	2,3																						
21h00 - novela 21h	30"																				10,6			
21h00 - novela 21h	15"				12,2								12,2		10,4					10,5				
21h00 - novela 21h	20"	8,7																						
22h00 - programa dom	15"																	10,3						
		11,6	14,0	18,7	8,9	16,2	2,8	9,8	4,9	8,5	12,7	3,9	4,7	10,7	18,7	3,5	12,9	23,0	14,9	14,8	32,3	21,7		

365,7
GRPs
previstos

504,4
GRPs
obtidos

1. Televisão - ratings diários

pré avaliação

	Pln			
	Ins	Grps	Cov %	Ots
Plan				
Total	116	365,7	69,9	5,2
Channels				
RTP1	48	102	32	3,2
TVI	68	263,7	59,3	4,4

pós avaliação

	Pln			
	Ins	Grps	Cov %	Ots
Plan				
Total	124	504	70,5	7,1
Channels				
RTP1	56	148,5	39	3,8
TVI	68	355,5	58,3	6,1

	Insertions	INSERTIONS	Adultos					
	Insertions	INSERTIONS	Grp's	GRP'S	Cov	COV	o.t.s .	O.T.S .
Week 33/2017								
Total	32	32	122,36	122,36	43,24	43,24	2,83	2,83
TVI	17	17	82,76	82,76	32,08	32,08	2,58	2,58
RTP1	15	15	39,60	39,60	19,24	19,24	2,06	2,06
Week 34/2017								
Total	25	57	82,50	204,86	37,46	53,44	2,20	3,83
TVI	12	29	53,19	135,96	26,73	41,38	1,99	3,29
RTP1	13	28	29,30	68,90	16,55	26,21	1,77	2,63
Week 35/2017								
Total	18	75	74,45	279,30	33,67	58,63	2,21	4,76
TVI	11	40	59,00	194,96	28,33	47,60	2,08	4,10
RTP1	7	35	15,44	84,34	9,46	28,50	1,63	2,96
Week 36/2017								
Total	15	90	63,77	343,07	35,97	62,97	1,77	5,45
TVI	8	48	42,12	237,09	26,47	50,94	1,59	4,65
RTP1	7	42	21,64	105,98	15,07	33,27	1,44	3,19
Week 37/2017								
Total	17	107	77,31	420,38	37,78	67,03	2,05	6,27
TVI	10	58	58,37	295,45	28,87	54,86	2,02	5,39
RTP1	7	49	18,95	124,93	12,62	35,74	1,50	3,50
Week 38/2017								
Total	7	114	29,77	450,15	21,74	68,04	1,37	6,62
TVI	4	62	22,62	318,07	17,24	56,17	1,31	5,66
RTP1	3	52	7,15	132,08	5,68	36,35	1,26	3,63
Week 39/2017								
Total	10	124	53,85	504,00	31,15	70,55	1,73	7,14
TVI	6	68	37,39	355,46	22,41	58,31	1,67	6,10
RTP1	4	56	16,46	148,54	12,18	38,96	1,35	3,81

Notas:

a rádio nacional não tem dados de pós-avaliação
os meios regionais não são avaliados

2. MULTIBANCO

11 A 17.SET

2. Multibanco - contactos

Pós Avaliação de Contatos na Rede Multibanco



Anunciante: CNE
Campanha: AUTÁRQUICAS 2017

Semana: 37
Data de Inicio: 11/set
Data de Fim: 17/set

Número de Caixas: 1 000
Contatos Previstos: 1 500 000
Contatos Obtidos: 2 414 318
Diferença: 61,0%

resultado



Momento 1



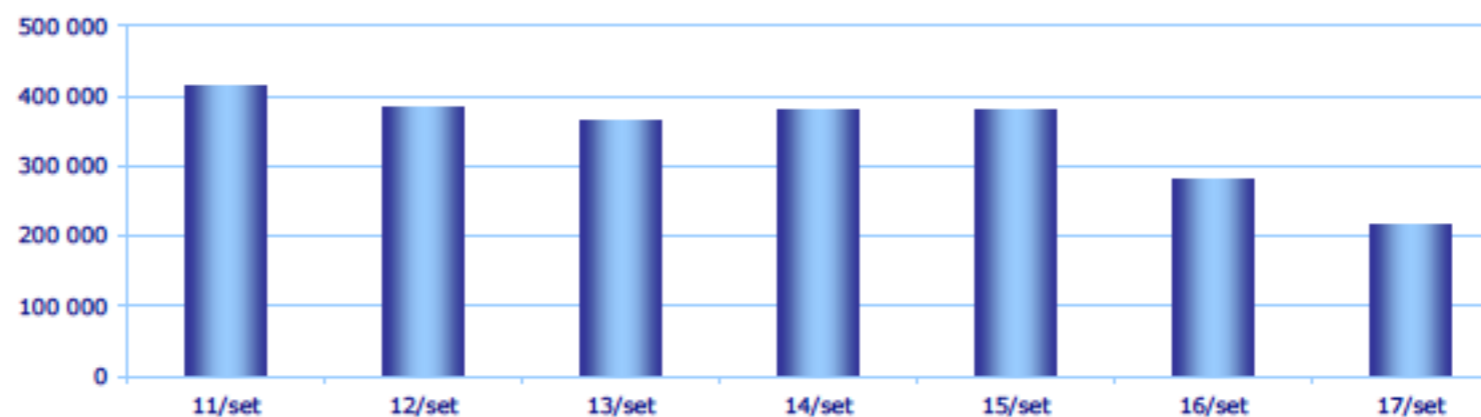
Momento 2



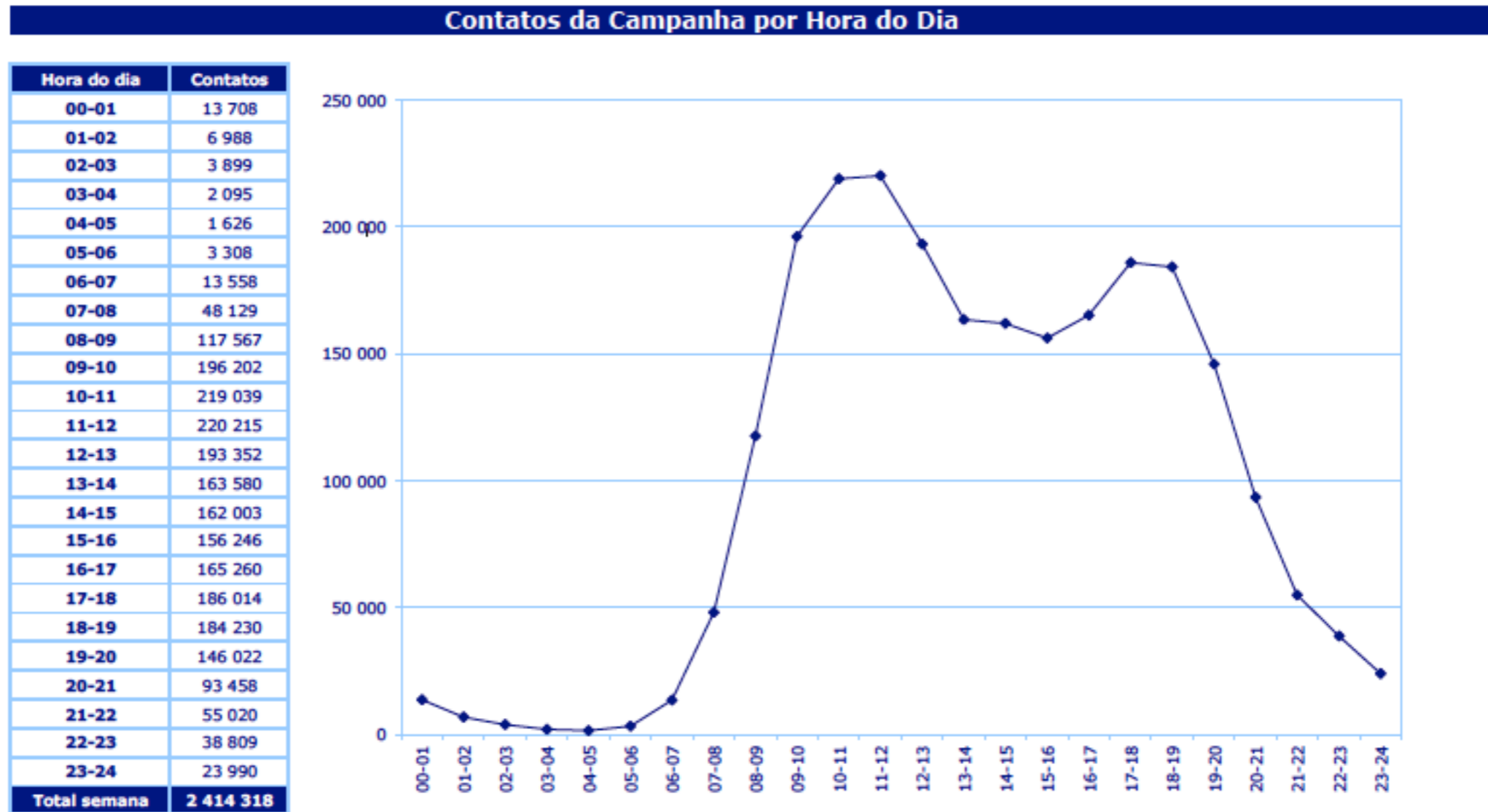
Momento 3

Contatos da Campanha por Dia do Mês

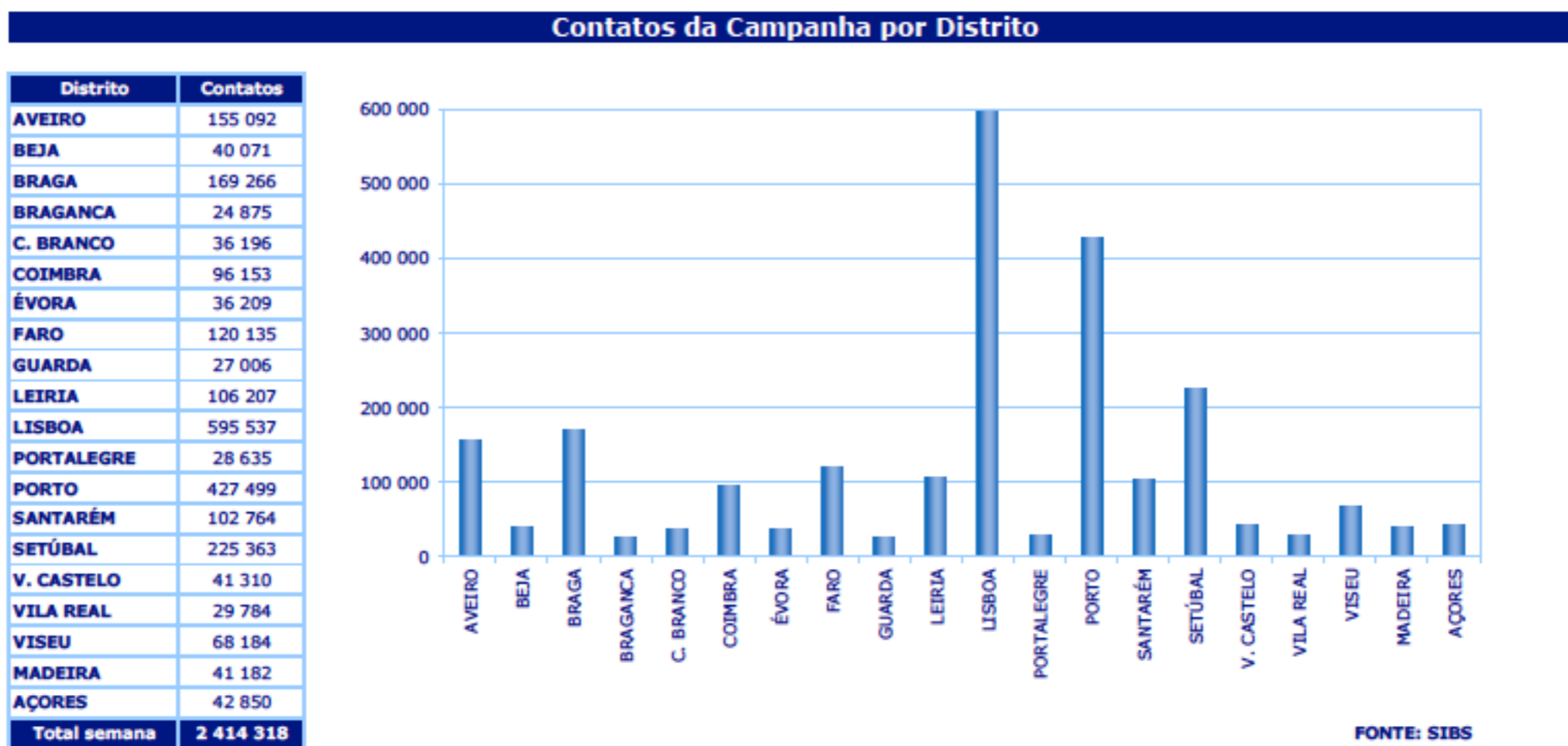
Dia do mês	Contatos
11	414 615
12	384 099
13	362 538
14	379 784
15	378 715
16	278 690
17	215 877
Total semana	2 414 318



2. Multibanco - contactos



2. Multibanco - contactos



3. ONLINE

1 A 19.SET

3. Online - Correio da manhã - impressões

Report job ID	10036177150
Date/Time generated	September 20, 2017 2:38:42 PM BST
Publisher network name	Cofina Media - DFP EMEA
Date range	Sep 1, 2017 - Sep 19, 2017
PQL query statement	where order_id in (2128085463)
Report type	Historical

Line item	Date	Ad server impressions	Ad server clicks	Ad server CTR
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	01-09-2017	19.563	2	0,01%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	02-09-2017	22.190	6	0,03%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	03-09-2017	20.527	7	0,03%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	04-09-2017	20.765	1	0,00%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	05-09-2017	20.183	2	0,01%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	06-09-2017	19.513	3	0,02%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	07-09-2017	23.774	3	0,01%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	08-09-2017	19.531	5	0,03%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	09-09-2017	18.426	2	0,01%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	10-09-2017	20.093	4	0,02%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	11-09-2017	18.209	6	0,03%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	12-09-2017	22.681	5	0,02%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	13-09-2017	19.905	0	0,00%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	14-09-2017	23.224	0	0,00%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	15-09-2017	19.048	2	0,01%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	16-09-2017	14.716	3	0,02%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	17-09-2017	18.052	4	0,02%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	18-09-2017	18.756	4	0,02%
CNE - Comissao Nacional de Eleicoes Setembro	19-09-2017	15.848	1	0,01%
Total		375.004	60	0,02%

350.000
impressões
previstas

375.004
impressões
obtidas

3. Online - Expresso - impressões

expresso.pt

Parâmetros do relatório

Nome do relatório	
Data de geração	03/10/2017 - 19:10
Modelo de relatório	Relatório personalizado
Anunciante	CNE
Campanhas selecionadas	CNE_AUTÁRQUICAS2017_Q3_20170810
Inserções selecionadas	Todas as inserções

Parâmetros do relatório

Título	Quadro - Por campanha: personalizado
Campanha	CNE_AUTÁRQUICAS2017_Q3_20170810 (01/09/2017 - 20/09/2017)
Detalhe por elementos	Síntese sobre o conjunto da campanha
Detalhe por localização	Síntese sobre o conjunto dos sites
Detalhe por unidade de tempo	Todo o período
Detalhe por geotargeting	Resumo geral
Detalhe por formato	Resumo geral
Período de visualização	Em todo o período avaliado
Detalhes móvel	Resumo geral
HTTP Referrer	Resumo geral
Tipo de conexão móvel	Resumo geral
Elementos selecionados	Número de impressões, Número de cliques, Taxa de cliques

166.667
impressões
previstas

166.670
impressões
obtidas

Impressões	Cliques	cliques
166 670	1 677	1,01%
166 670	1 677	1,01%

3. Online - Publico - impressões

Line item	Date	Line item ID	Ad server impressions	Ad server clicks	Ad server CTR
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/01/17	4399193031	31 381	54	0,17%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/02/17	4399193031	32 901	80	0,24%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/03/17	4399193031	34 115	100	0,29%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/04/17	4399193031	38 228	112	0,29%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/05/17	4399193031	35 456	75	0,21%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/06/17	4399193031	37 894	133	0,35%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/07/17	4399193031	34 977	163	0,47%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/08/17	4399193031	30 905	176	0,57%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/09/17	4399193031	23 356	332	1,42%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/10/17	4399193031	26 745	262	0,98%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/11/17	4399193031	34 894	175	0,50%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/12/17	4399193031	29 124	173	0,59%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/13/17	4399193031	36 324	211	0,58%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/14/17	4399193031	32 231	199	0,62%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/15/17	4399193031	32 246	216	0,67%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/16/17	4399193031	27 486	183	0,67%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/17/17	4399193031	23 690	221	0,93%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/18/17	4399193031	29 684	196	0,66%
CNE_Digital_MREC_1a19Set	09/19/17	4399193031	28 503	209	0,73%
Total			600 140	3 270	0,54%

600.000
impressões
previstas

600.140
impressões
obtidas

3. Online - JN - impressões

Campaign	Date	Ad server impressions	Ad server clicks	Ad server CTR
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/01/17	18393	9	0.05%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/02/17	20597	10	0.05%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/03/17	19160	14	0.07%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/04/17	19113	9	0.05%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/05/17	19281	21	0.11%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/06/17	19023	18	0.09%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/07/17	19301	21	0.11%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/08/17	18455	15	0.08%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/09/17	18955	5	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/10/17	18583	5	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/11/17	18579	2	0.01%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/12/17	18558	3	0.02%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/13/17	18231	4	0.02%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/14/17	18381	5	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/15/17	17577	5	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/16/17	18156	2	0.01%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/17/17	17343	3	0.02%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/18/17	17230	0	0.00%
CNE Eleições Autárquicas - JN HP MRec > 300x250	09/19/17	15161	7	0.05%
Total		350077	158	0.05%

347.826
impressões
previstas

350.077
impressões
obtidas

3. Online - DN - impressões

Campaign	Date	Ad server impressions	Ad server clicks	Ad server CTR
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/01/17	9210	5	0.05%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/02/17	10475	17	0.16%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/03/17	9376	8	0.09%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/04/17	9589	3	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/05/17	9680	6	0.06%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/06/17	9449	4	0.04%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/07/17	9516	1	0.01%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/08/17	9263	3	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/09/17	9527	4	0.04%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/10/17	9403	4	0.04%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/11/17	9385	5	0.05%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/12/17	9189	6	0.07%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/13/17	9077	3	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/14/17	9207	7	0.08%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/15/17	8913	6	0.07%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/16/17	9011	5	0.06%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/17/17	8637	3	0.03%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/18/17	8636	4	0.05%
CNE Eleições Autárquicas - DN HP MRec > 300x250	09/19/17	7513	5	0.07%
Total		175056	99	0.06%

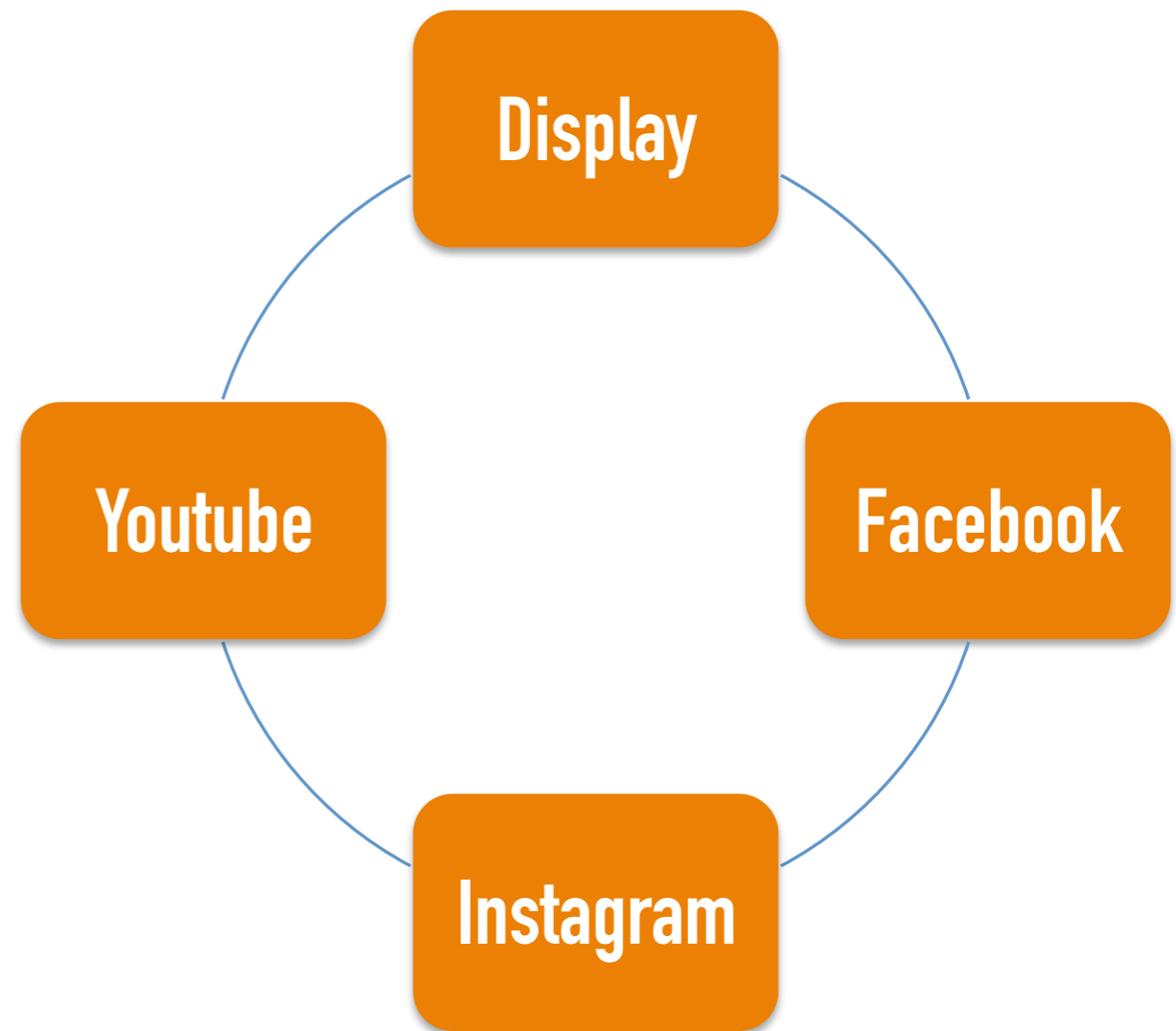
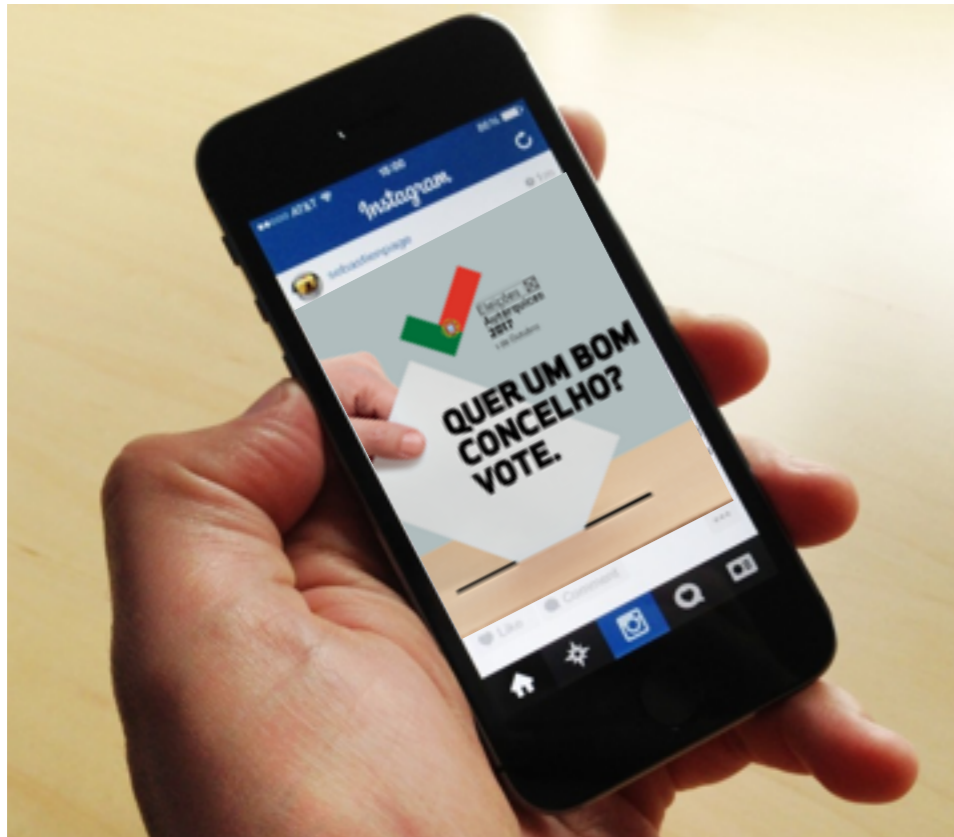
173.913
impressões
previstas

175.056
impressões
obtidas

4. REDES SOCIAIS


14.AGO A 1.OUT

4. Redes sociais - media mix

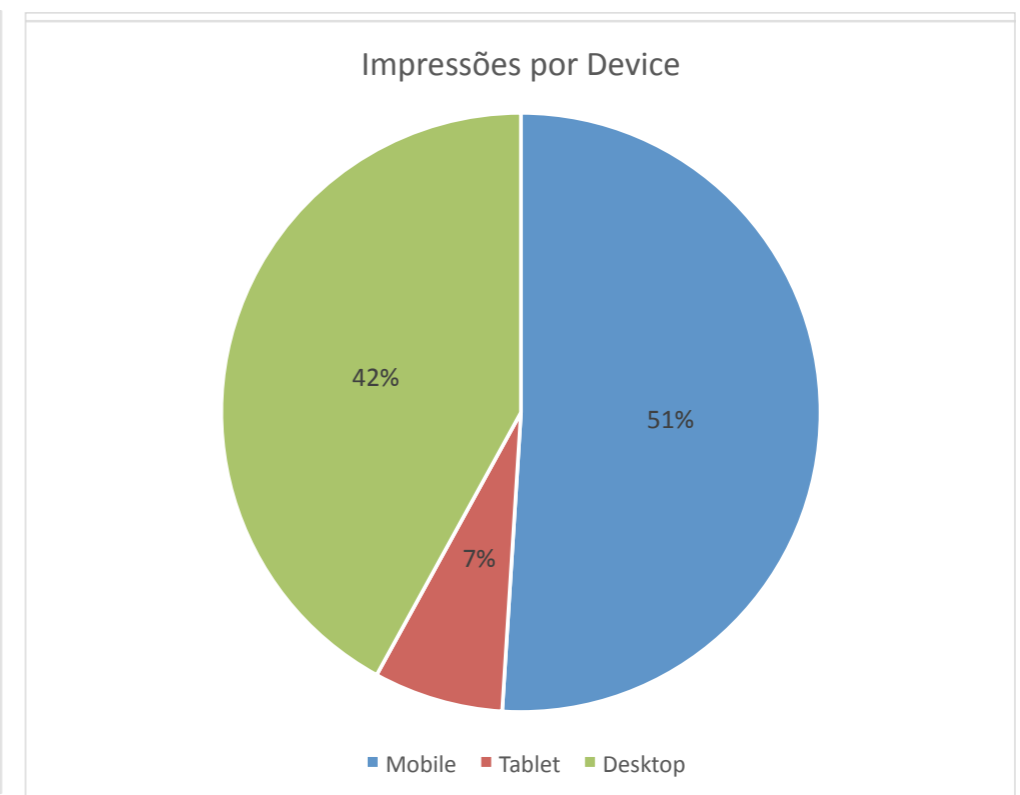
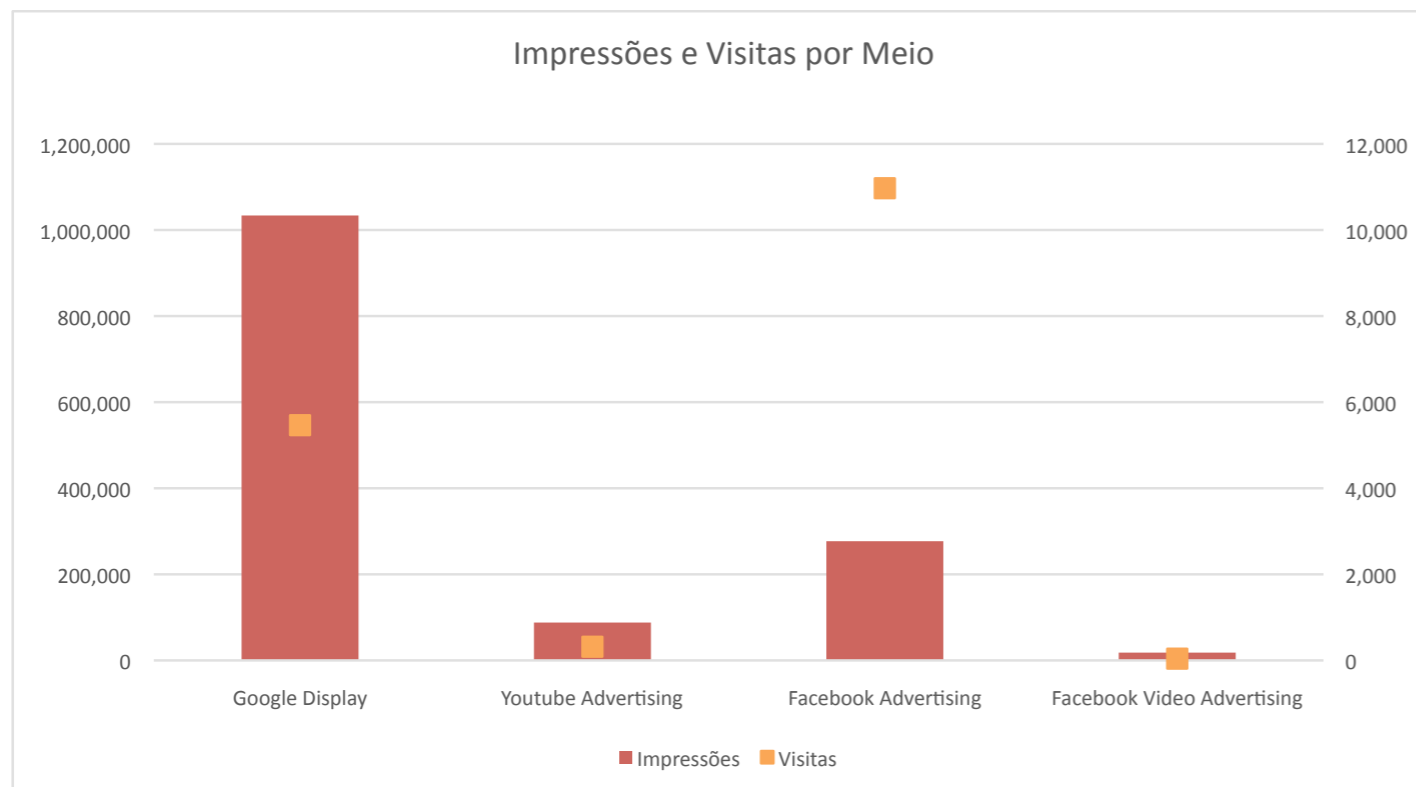


4. Redes sociais - Overview

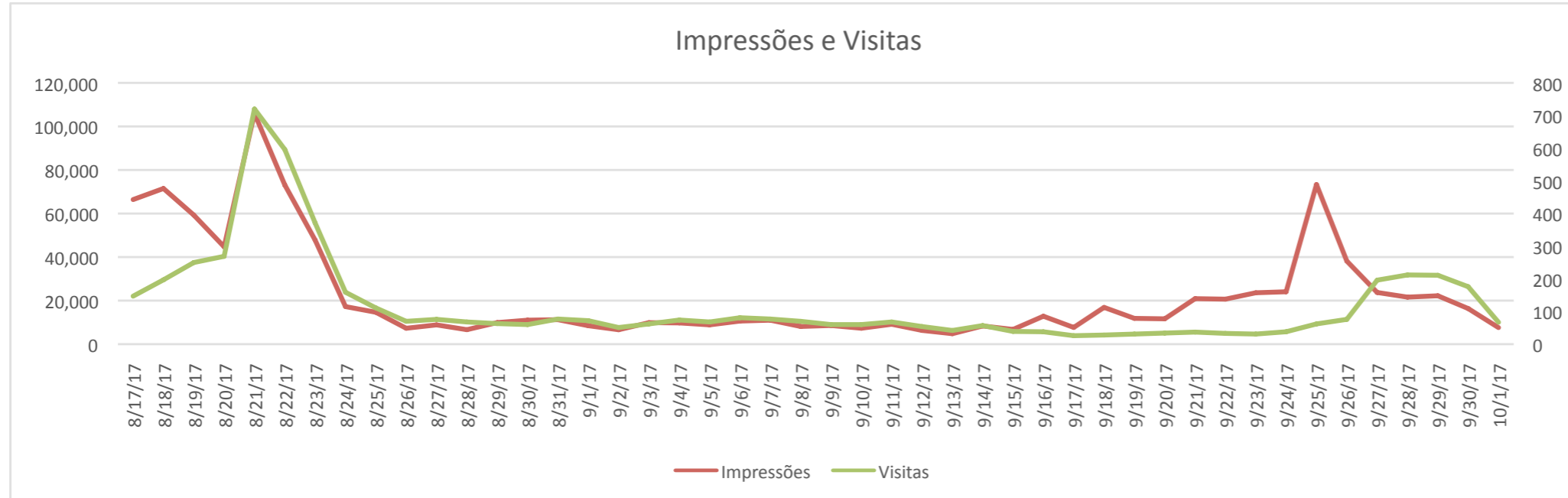
Dashboard Campanha Autárquicas 2017

Meios	Impressões	Visitos	Visualizações Vídeo	Video visto até:			
				25%	50%	75%	100%
 Google Display	1 033 688	5 465	-	-	-	-	-
Youtube Advertising	87 990	318	24 892	13 661	9 335	7 834	6 982
Facebook Advertising	276 952	10 970	-	-	-	-	-
Facebook Video Advertising	18 140	41	14 045	13 557	12 346	11 677	11 288
Instagram Advertising	124 207	517	-	-	-	-	-
Total	1 540 977	17 311	38 937	27 218	21 681	19 511	18 270

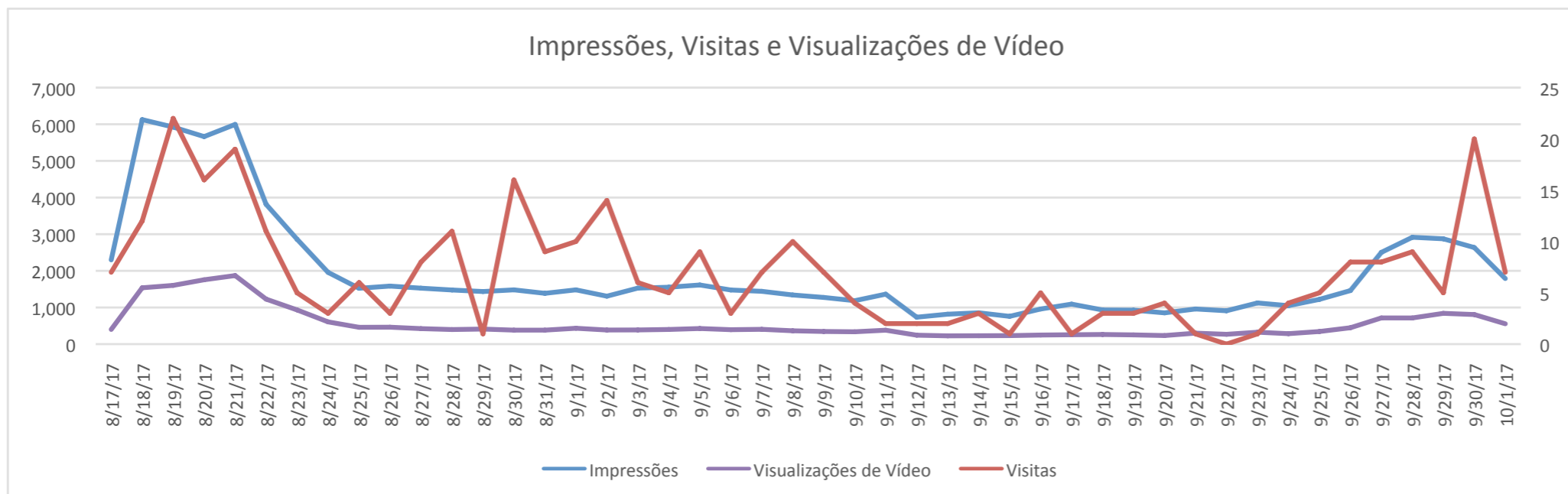
4. Redes sociais - Overview



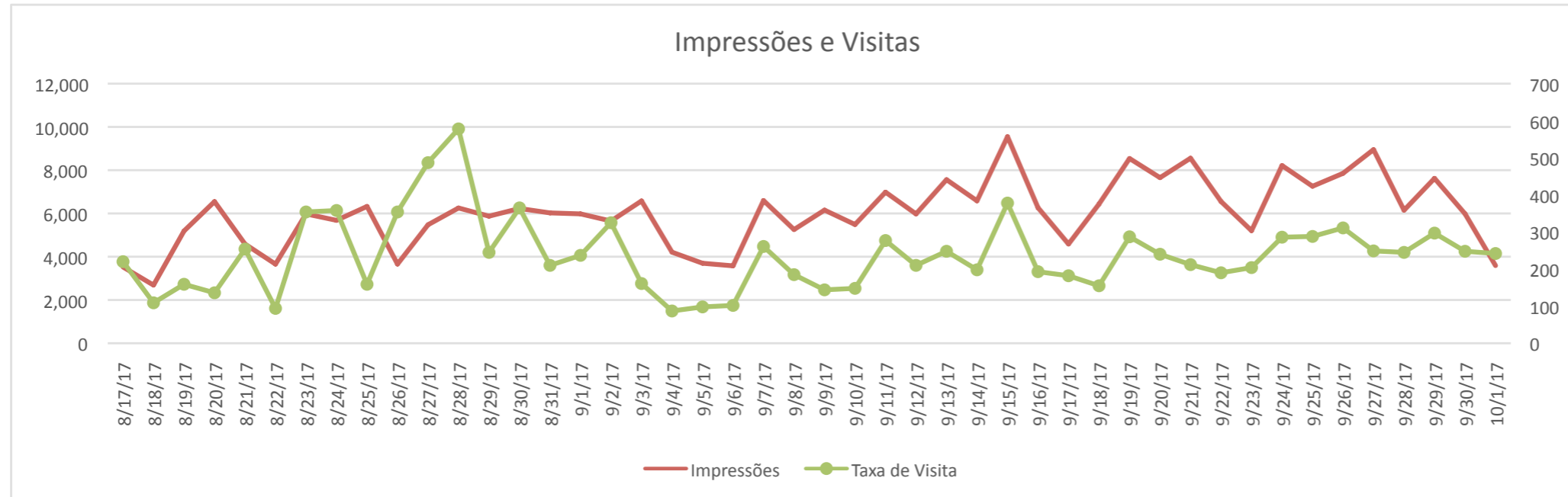
4. Redes sociais - resultados



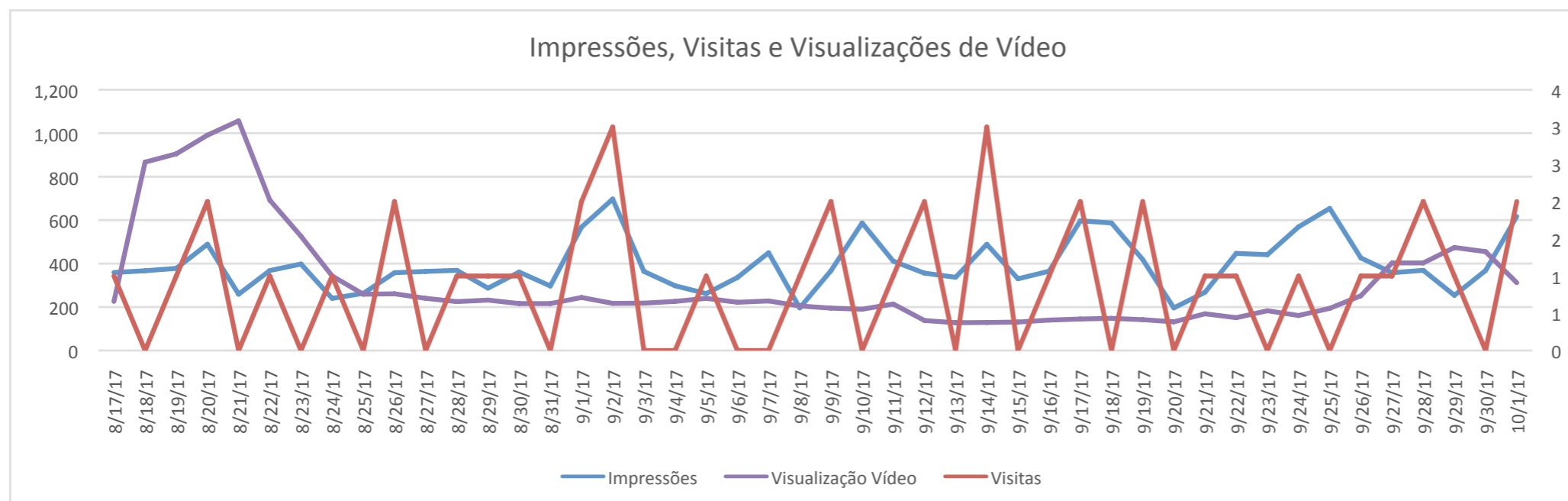
+visibilidade



4. Redes sociais - resultados

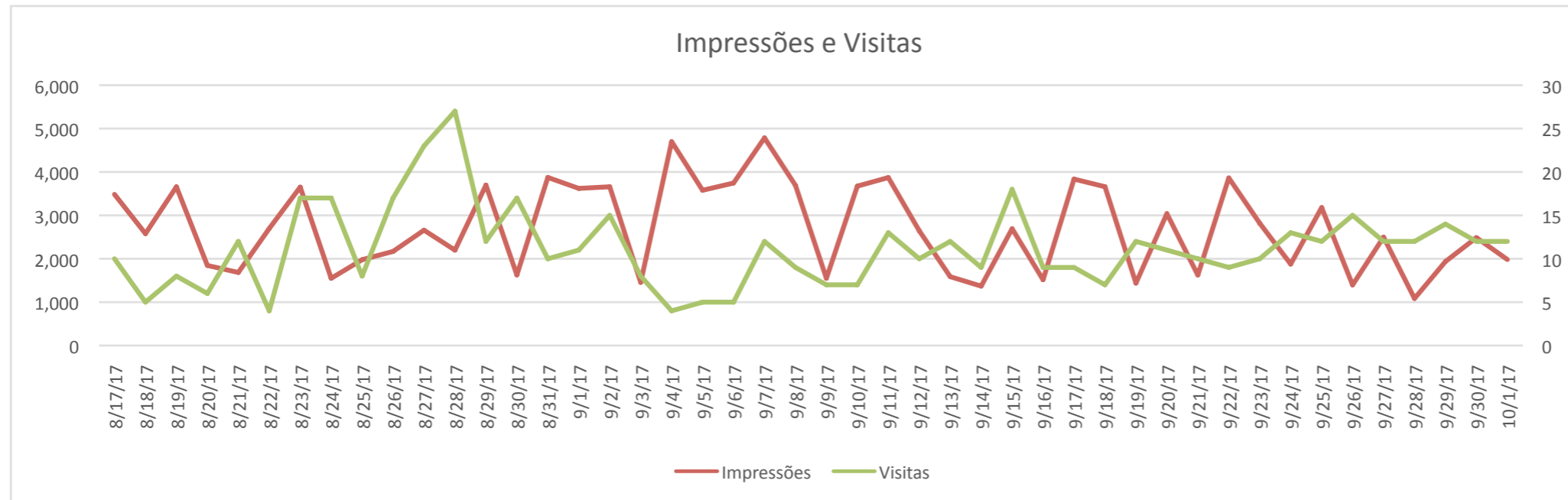


+visitas ao site



+visualizações

4. Redes sociais - resultados



4. Sumário

Analisando o impacto da campanha por meio conclui-se o seguinte:

- o canal que teve **mais visibilidade foi o Display** (+ de 1M de impressões) seguido do advertising no Facebook (+ de 250 mil impressões);
- o canal que trouxe **mais visitas ao site da CNE foi o Facebook Advertising;**
- Os canais de Vídeo, como o Youtube e o Facebook Video Advertising, têm como principal objetivo potenciar um elevado número de visualizações de vídeo e não tanto de volume de visitas ao site, daí o baixo volume e um elevado custo por visitas.

4. Sumário

Relativamente à adequação do meio à campanha

- com o objetivo de obter visualizações vídeo, percebemos que o Facebook Video Advertising foi o que apresentou melhor performance, com um custo por visualização mais baixo e uma taxa superior de utilizadores que visualizaram o vídeo até ao fim.
- o Display permitiu um alcance elevado e atingir um número significativo de utilizadores
- o Facebook Advertising, além do alcance elevado tem como grande vantagem o facto de levar mais utilizadores ao site da CNE, conferindo assim um custo por visita mais baixo que os restantes meios.

4. Sumário

- o Instagram Advertising foi o meio com performance mais baixa, isto é, menor alcance, volume de visitas e custo por visita mais elevado, daí o baixo investimento efectuado neste canal.
- sobre a adesão da campanha através dos diferentes dispositivos, concluímos que os **dispositivos móveis** têm cada vez mais vindo a ganhar espaço junto dos utilizadores digitais. Esta é uma necessidade atual, pensarmos sempre numa perspetiva multi-device e não apenas desktop.
- Finalmente, concluímos que os resultados da campanha foram positivos, quer em volume de visitas geradas quer no número de vídeos visualizados.

5. OPORTUNIDADES DE MELHORIA

5. Oportunidades de melhoria

Colocamos à consideração da Comissão 6 pontos que identificamos e que entendemos serem **oportunidades de melhoria** para a comunicação da CNE junto dos cidadãos.

5. Oportunidades de melhoria

1) No próximo ato eleitoral a campanha de esclarecimento cívico deve utilizar o mesmo conceito de comunicação criado para esta eleição, por forma a beneficiar do efeito de repetição da mensagem.

- no próximo ato eleitoral nacional, deve manter-se o conceito de comunicação “**Quer um bom concelho? Vote**” porque é uma mensagem forte, direta de apelo ao voto, transversal a todos os atos eleitorais, não se esgota na campanha que agora terminou;
- a repetição é um dos princípios da comunicação publicitária. Uma campanha, para ser eficaz, precisa repetir a mesma mensagem várias vezes para que ela tenha hipótese de se impor;
- além disso, a repetição supõe que a comunicação tem continuidade e isso ajuda na identificação CNE, na construção do posicionamento, na memorização da mensagem e na mobilização do público-alvo.

5. Oportunidades de melhoria

2) Estabelecer parcerias com as Câmaras Municipais para ampliar a divulgação da campanha.

- no próximo ato eleitoral nacional e antecipadamente, a Comissão poderia aproveitar o contacto já existente com as Câmaras Municipais para, além da habitual entrega para distribuição dos materiais da eleição pelas assembleias de voto, a Comissão poderia disponibilizar às Câmaras o kit de comunicação da campanha, nomeadamente, os spots de TV para as Câmaras divulgarem nos seus próprios sites;
- desta forma a campanha alcançaria muitos mais cidadãos, não só porque os sites das Câmaras têm um elevado nº de visitas mas também pela proximidade existente entre os cidadãos e o poder local.

5. Oportunidades de melhoria

3) Concentrar esforços numa campanha única, de esclarecimento e apelo ao voto.

- na nossa perspetiva não faz sentido haver duas campanhas no ar em simultâneo, à volta do mesmo assunto, promovidas por duas entidades diferentes;
- o cidadão fica confuso;
- a eficácia das campanhas perde-se.

5. Oportunidades de melhoria

4) Estabelecer parceria com a AMA para divulgação alargada de mensagens por e-mail dirigidas aos cidadãos.

- a AMA é a entidade que gere a bases de dados de cidadãos;
- sugerimos o estabelecimento de uma parceria entre a Comissão e a AMA no sentido de obter autorização para utilizar a base de dados de cidadãos para o envio de e-mails no âmbito da campanha de esclarecimento e de apelo ao voto;
- estes e-mails além de mensagens de texto podem conter imagens e vídeos bem como link de acesso ao site da CNE para mais informação sobre o ato eleitoral.

5. Oportunidades de melhoria

5) Adotar uma estratégia de comunicação para a CNE.

- o investimento da Comissão em comunicação não deve limitar-se na prestação de um serviço aos cidadãos, isto é, numa campanha de esclarecimento sobre a eleição com um timing pré-definido;
- a Comissão deve ter uma estratégia de comunicação própria, que permita:
 - atribuir-lhe identidade e reconhecimento, através da divulgação de conteúdo informativo e relevante aos cidadãos e parceiros;
 - transmitir e tornar público os seus valores, a sua missão, os seus compromissos, as suas responsabilidades e o impacto da sua atuação no país;
 - valorizar a Comissão e o seu papel fundamental na organização de um ato eleitoral e que permita criar um vínculo com os cidadãos, promover a marca e construir uma imagem positiva;
- uma estratégia que privilegie uma linguagem simples, de fácil compreensão por todos, moderna, e que utilize as novas tecnologias (ex. site, redes sociais, sms, e-mailing) como forma de massificar a mensagem, a qualidade, a relevância e a singularidade da organização, ressaltando a sua importância e a sua atuação.

5. Oportunidades de melhoria

6) Criar um novo site da CNE.

- no seguimento do ponto anterior, é fundamental o desenvolvimento de um novo web site, uma espécie de “cartão de visita digital” da Comissão, para promover a sua imagem, os serviços e criar aproximação entre a CNE, as organizações e os cidadãos. O novo site de obedecer aos seguintes parâmetros:
 - design moderno, simples e intuitivo
 - responsivo
 - conteúdo relevante
 - linguagem clara, objetiva, acessível a todos
 - informação acessível a todos

5. Oportunidades de melhoria

Estamos disponíveis para desenvolver estas e outras propostas

em conjunto com a Comissão.

Obrigada!



Cristina Monteiro

226 079 800 | 934 000 057 | cristina@bbz.pt

RELATÓRIO DE PÓS-AVALIAÇÃO
Campanha de Esclarecimento Cívico
Eleição dos Órgãos das Autarquias Locais 2017

10 outubro 2017

Concurso de Conceção nº 4/2017/CC
Campanha de Esclarecimento Cívico
Eleição dos Órgãos das Autarquias Locais 2017

UPDATE
24 julho 2017

