



### 13. Grand Prix 2020.

#### Grand PRix za političku komunikaciju

**Dobitnik nagrade: Izborni stožer Zorana Milanovića: „Kampanja Zorana Milanovića na izborima za predsjednika Republike Hrvatske“**

Projekt je realiziran od lipnja 2019. do siječnja 2020.

**Analiza situacije:** Najpotrebnije radnje za uspjeh kandidature Zorana Milanovića u izborima za predsjednika RH u pripremnoj fazi bile su razgovor i procjenjivanje. Facebook je odabran kao temeljni kanal komuniciranja u kombinaciji s neposrednom komunikacijom s nacionalnim i lokalnim medijima, a za glavni sadržaj kampanje određen je obilazak Hrvatske sa skupovima. O kandidaturi Zorana Milanovića u javnosti se spekuliralo od početka 2019. godine te je ona i bila očekivana. Ključni kandidati za izbor predsjednika ubrzo su postali aktualna predsjednica Kolinda Grabar - Kitarović, Miroslav Škoro i Zoran Milanović.

**Ciljevi:** Ciljevi kampanje Zorana Milanovića bili su najbolji rezultat u 1. krugu te pobjeda u 2. krugu.

**Provedba:** Osnovni komunikacijski instrument bio je kombinacija društvenih mreža i klasičnih medija. Glavni komunikacijski kanal bio je Facebook – stranica Zorana Milanovića, na kojoj se svakodnevno komuniciralo i gdje je javnost imala prilike komunicirati sa samom kandidatom. Od ostalih online komunikacijskih alata korišten je instagram profil te web stranica, korišten je minimalni broj promotivnih materijala, a s biračima se komuniciralo direktno te gotovo uvijek je dvorana bila postavljena u kružnom postavu. Odrađeno je ukupno 14 skupova tijekom službene kampanje te su oni predstavljali ključne komunikacijske trenutke u kampanji. Uz skupove, obilaskom gradova postizala se direktna komunikacija s građanima bez ograničenja uz potpuni pristup kandidatu i to u više od 120 gradova i mjesta.

**Učinak i vrednovanje uspješnosti komunikacije:** Oba cilja kampanje su ostvorena. U 1. krugu Zoran Milanović osvojio je 29.55% glasova, 3% više od aktualne predsjednice te 5% više od Miroslava Škore. U 2. krugu Zoran Milanović pobijedio je s 1.034.170 glasova, a Kolinda Grabar - Kitarović je dobila 929.707 glasova. Uspješnost komunikacije na društvenim mrežama jasna je u usporedbi broja lajkova na Facebook stranici u lipnju 2019. koji je iznosio 52.279 osoba, a u siječnju 2020. 73.869. Broj sljedbenika na Instagram profilu narastao je za gotovo 13 tisuća, a najveći dosezi koji su postignuti u kampanji za pojedine objave iznose 1,3 milijuna, dok je zadani cilj bio 1 milijun.

**Kreativnost i inovativnost:** Strateški je odlučeno da će Zoran Milanović svaki put napraviti prvi korak u odnosu na druge kandidate. Prvo je objavio kandidaturu, prvi je objavio poruke kampanje, prvi je održao predizborni skup i prvi je predao potpise za kandidaturu. Tim Zorana Milanovića odgovorio je na svaku pristiglu dopisnicu građana. Brze reakcije obilježile su njegovu kampanju na društvenim mrežama. Plasirane su jasne i ponekad provokativne poruke na društvenim mrežama. Tijekom obilaska terena snimane su video poruke koje su pokazivale njegov karakter. Opuštenost na društvenim mrežama omogućila je odgovaranje na sve objave, ponekad britko, a ponekad šalom na vlastiti račun.