

Segmentacija i targetiranje

Primjer: Predsjednički izbori 2016 - SAD

Projekcije



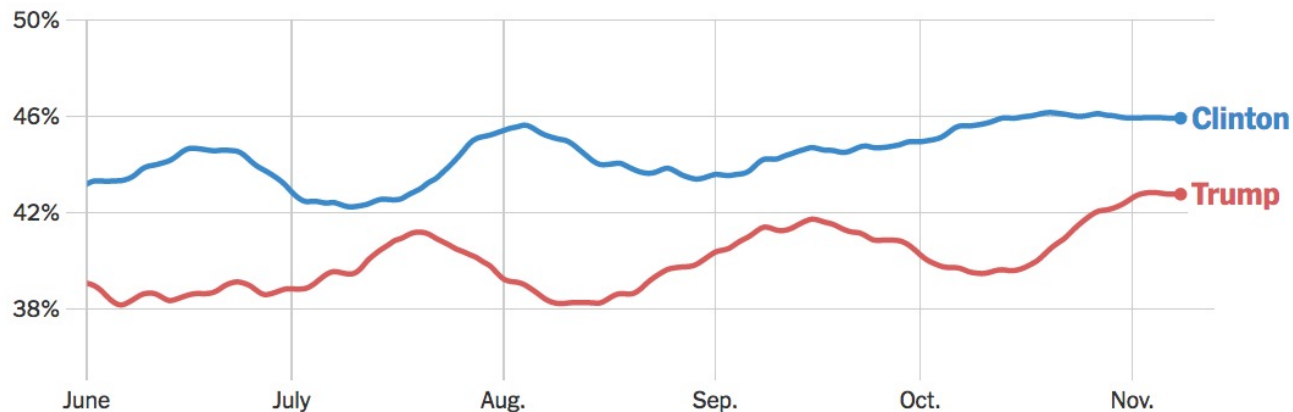
Hillary Clinton
45.9%

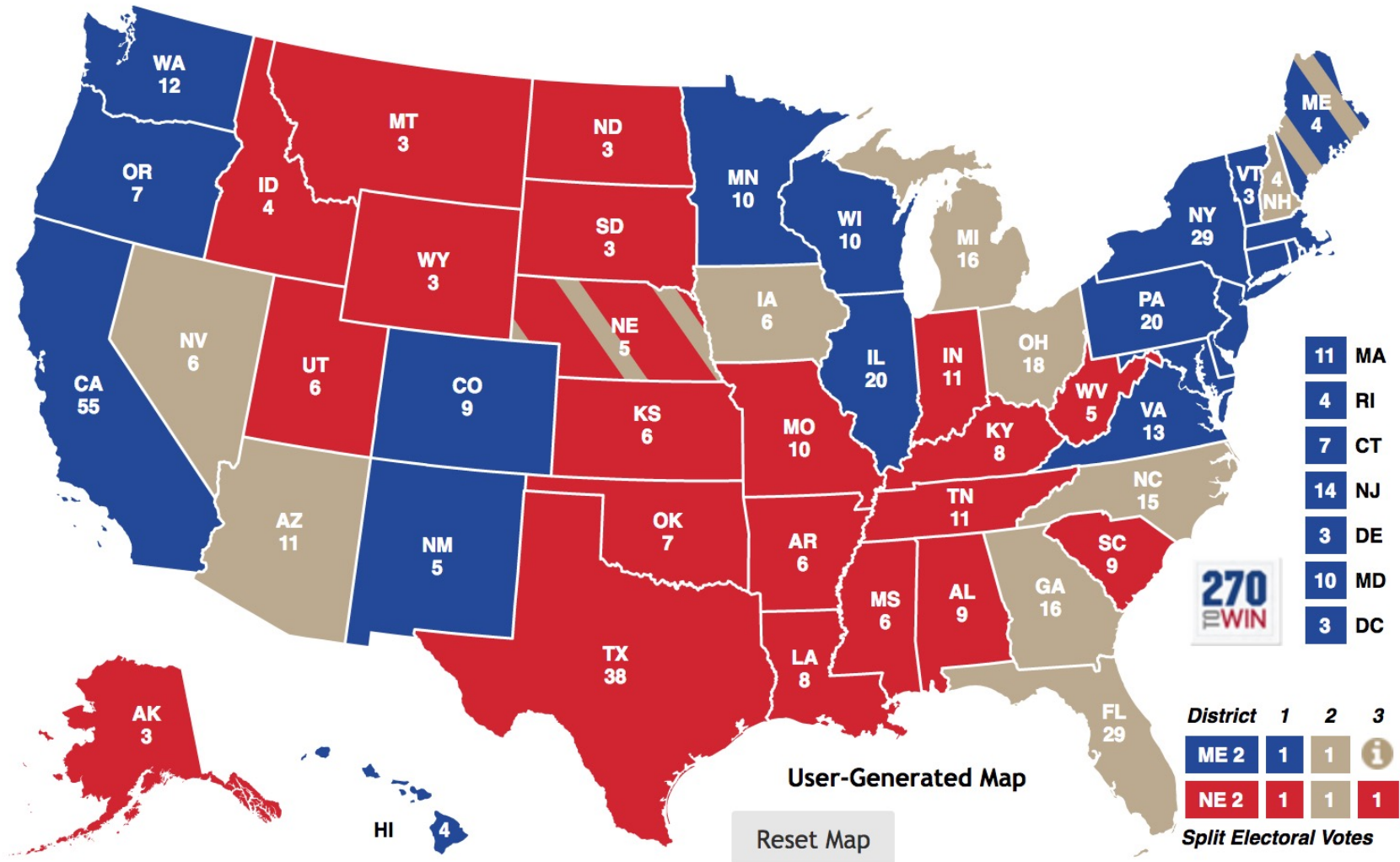
National
Polling
Average



Donald J. Trump
42.8%

Upshot Forecast: Hillary Clinton has an 84% chance to win →



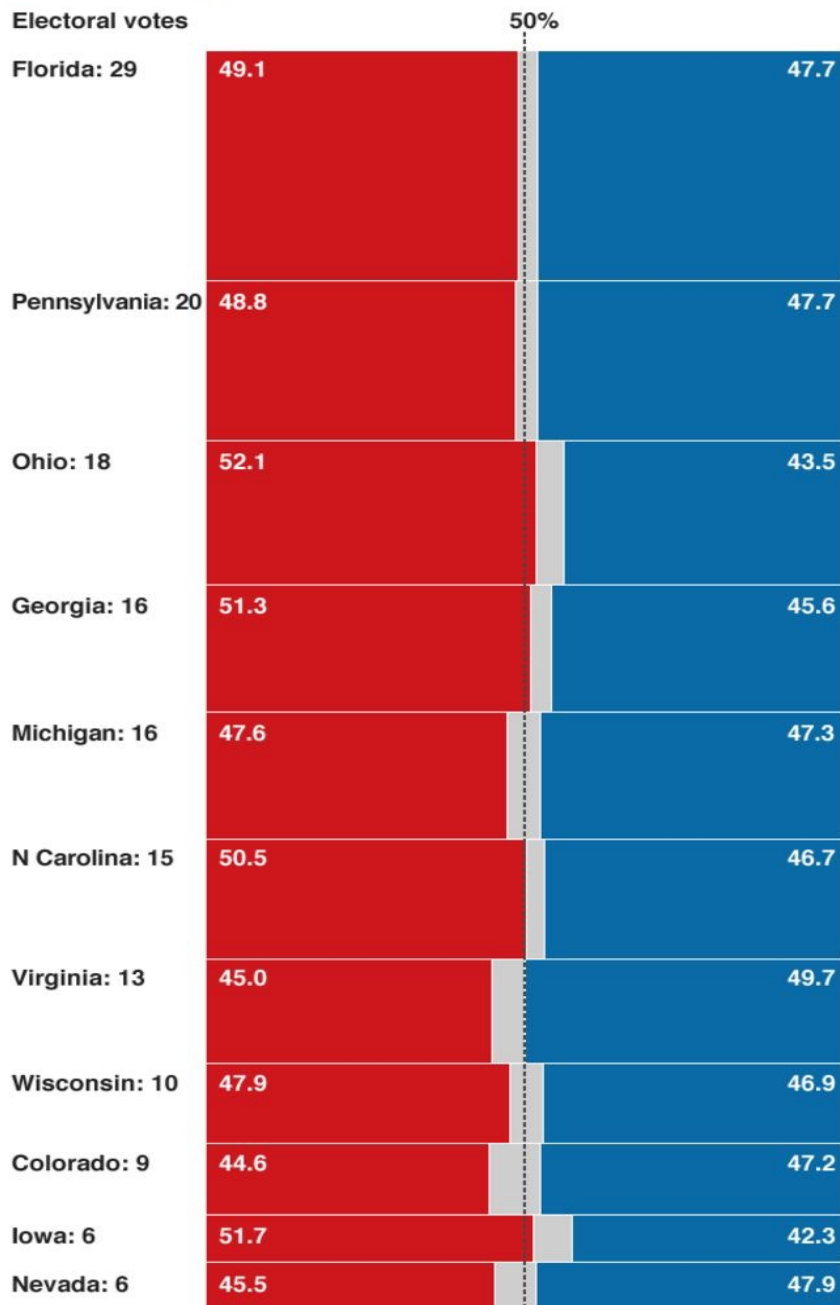


“Države-bojišta” i elektori

Trump wins seven key battleground states

Depth of bars is proportional to number of electoral college votes

Republican Democrat Other candidates



- Tramp pobijedio u 7 važnih “država-bojišta”
- U većini razlika ispod 1%
- U prvi put nakon 20 godina pobjeda republikanske partije

Targetiranje

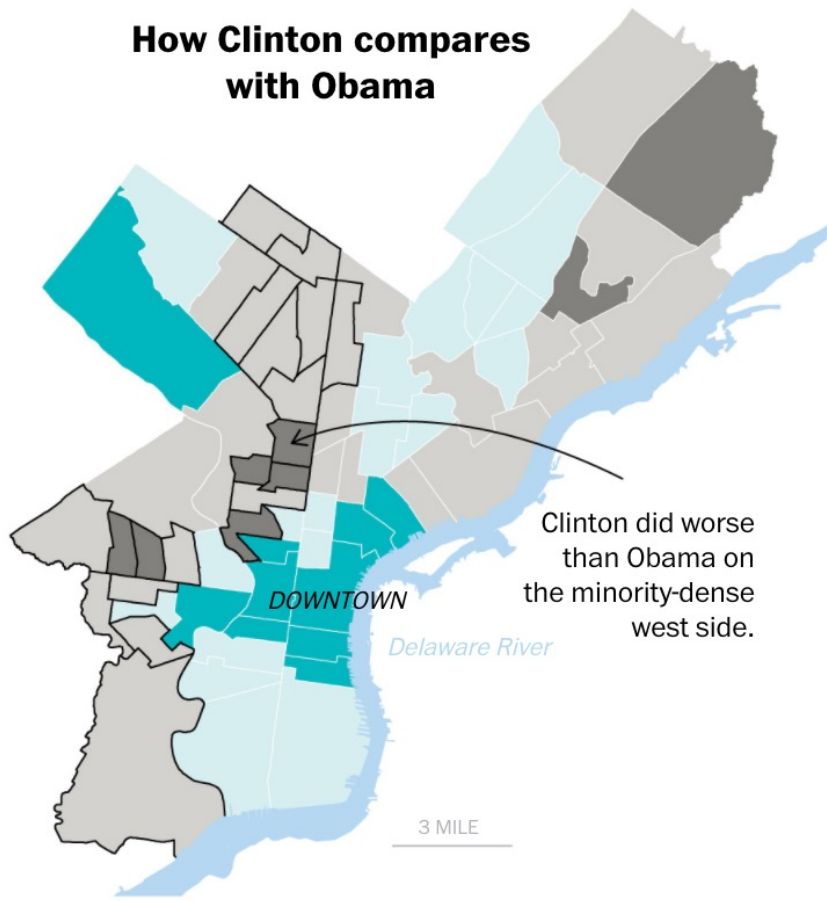
Primjer: Zapadna Filadelfija

- Crnačka populacija dominantno podržala Klinton (95%)
- Nedovoljno izašlih da se nadoknadi gubitak iz ruralnih krajeva Pensilvanije
- Tramp osvojio 30% više glasova među crncima od Romnija
- Klinton u značajnom zaostatku za Obamom

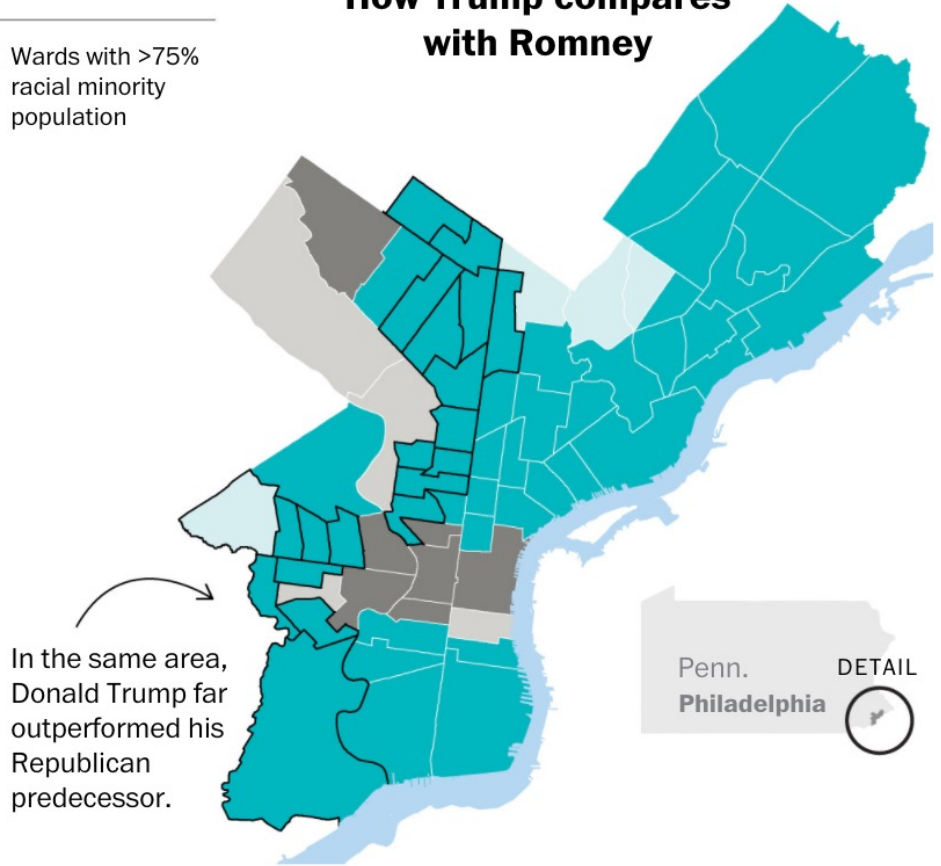


□ Wards with >75% racial minority population

How Clinton compares with Obama



How Trump compares with Romney



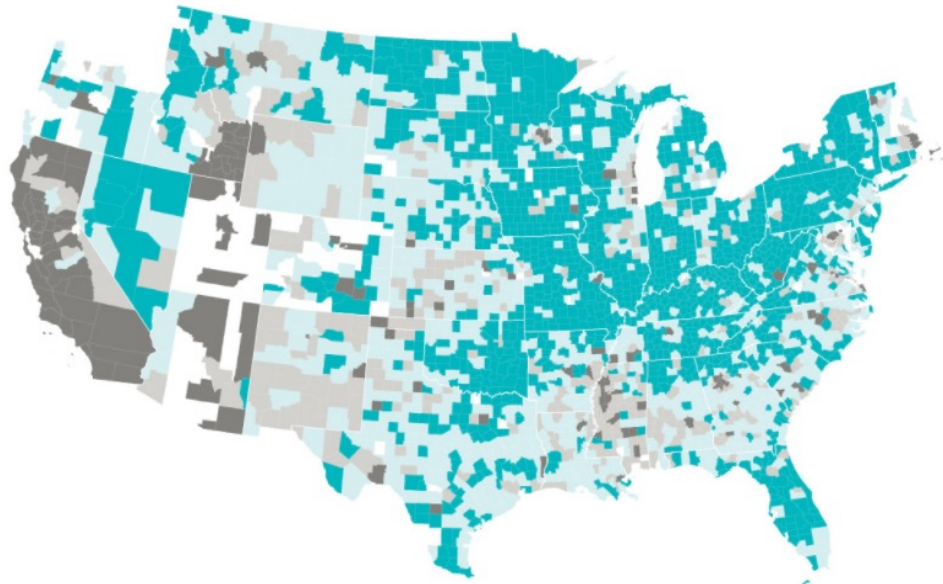
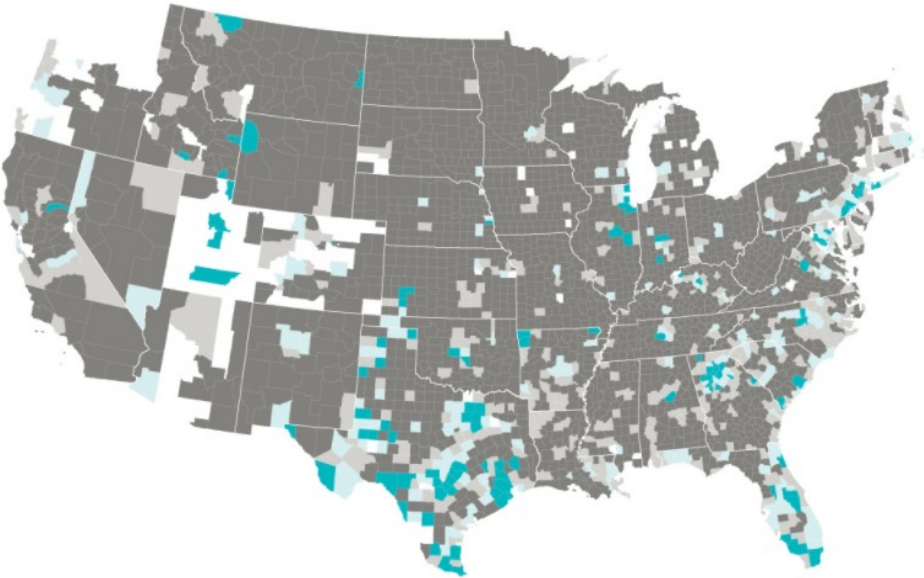
Ukupna populacija

- **Slična situacija:**
 - Klinton u izgubila dio Obamine podrške iz 2012
 - Tramp održao ili povećao Romnijevu podršku iz 2012
- **Ključni faktor:** smanjena izlaznost među Demokratama
- Jedan od najuspješnijih primjera “**potiskivanja**” glasanja (*vote surpression*)
- Podrška za Trampa ili “**protest**” prema Klinton i tradicionalnim elitama?

How Clinton compares with Obama



How Trump compares with Romney



Note: Maps show only areas where reporting is higher than 98%.



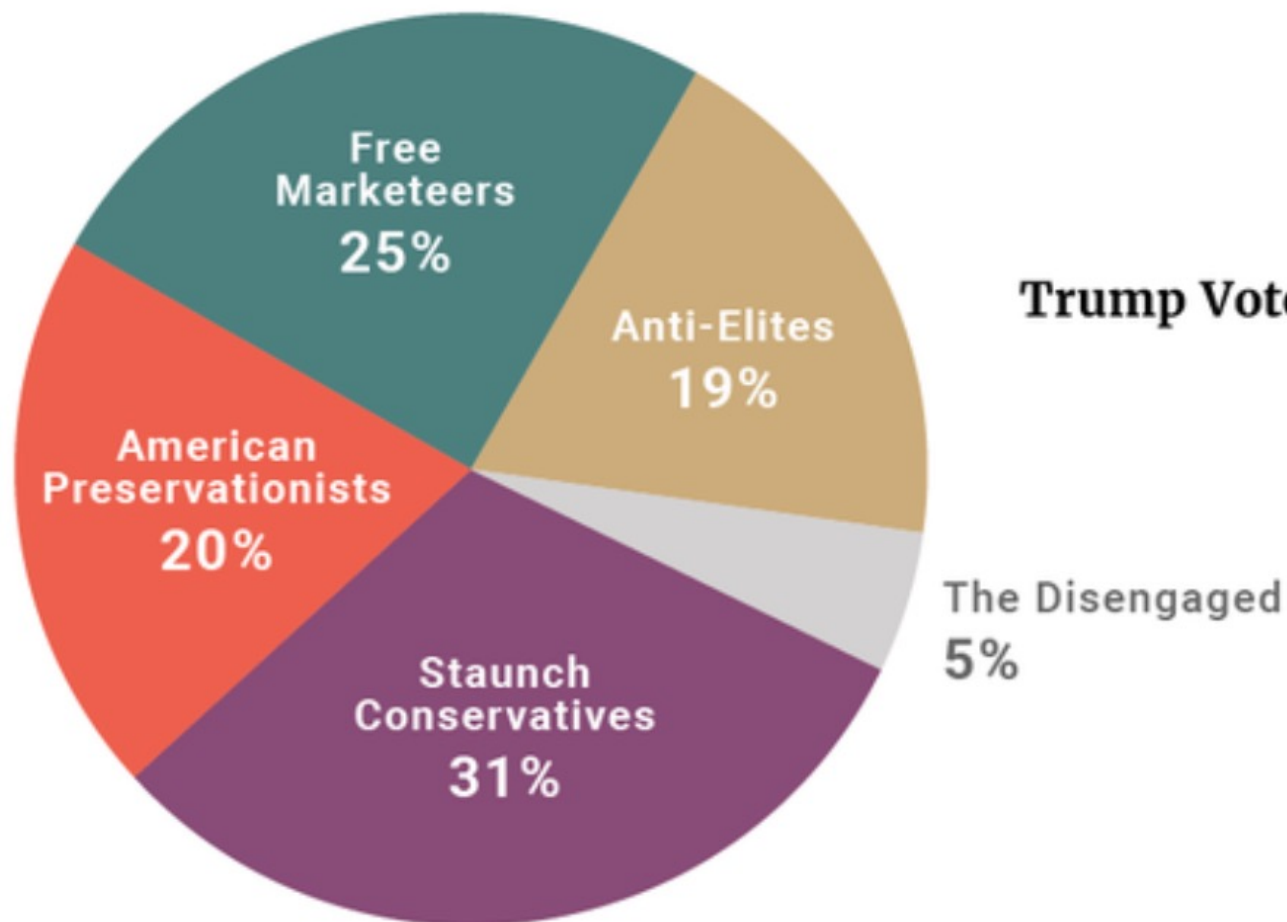


UCG

University of Montenegro

Ko je glasao za Trampa?

Kategorije glasača



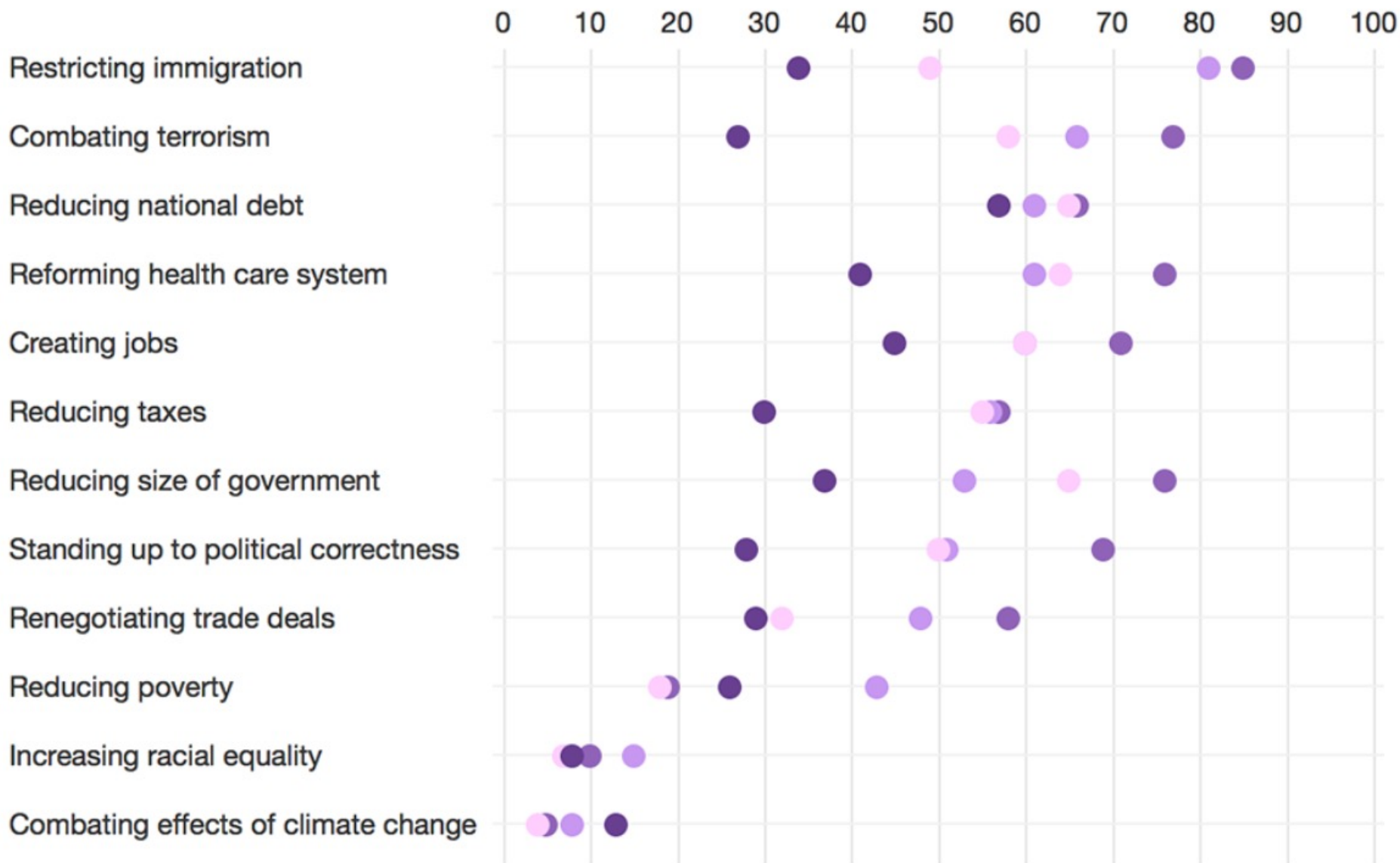
Trump Voter Typology Results

Segmentacija

Ne postoji homogenost u motivaciji i vrijednostima Trampovih glasača:

1. **Konzervativci**: lojalni republikanci, blago stariji, češće muškarci, gornja srednja klasa, umjereno obrazovanje, vlasnici oružja, politički obrazovani...
2. **“Neoliberali”**: liberalni po pitanjima rase i morala, srednjih godina, visoko obrazovani - *glasali protiv Klinton*
3. **“Čuvari identiteta”**: nativističko shvatanje identiteta, niska primanja, slabo obrazovani, nominalno “religiozni”, provode najviše vremena ispred TV, najmanje informisani, osjećaju se zapostavljenim u odnosu na bogate...
4. **Anti-elitisti**: mlađi, nijesu religiozni, ne posjeduju oružje, nijesu informisani, ekonomski progresivni, privremena zabrana imigracije...
5. **“Otudeni”**: ne znaju puno o politici, osjećaju se otuđenim od institucija

● **Staunch Conservatives**
● **American Preservationists**
● **Free Marketeers**
● **Anti-Elites**



Targetiranje



The Alamo 

@OfficialAlamo

Home

About

Photos



 Like

 Message

 Share

 More 

Book

“Datoteka identiteta” i Facebook reklame u svrhu demotivacije?

Društveni mediji i targetiranje

- Najveća operacija “potiskivanje” glasova afro-amerikanaca koristeći društvene mreže
- Facebook i Instagram korišćeni za targetiranje
- Preko 100 miliona \$ za reklame u posljednjim nedeljama kampanje
- Projekat “Alamo” - kreirana baza podataka sa identitetskim profilima 220 miliona Amerikanca

Potiskivanje glasova

- Kampanja "potiskivanja" usmjerena na 3 grupe:
 1. *Bijele liberalne idealiste*
 2. *Mlade žene*
 3. *Afro-amerikance*
- Sektor za digitalne operacije (Teksas, San Antonio): programeri, web designeri, statističari, grafički dizajneri...
- "Šef operacije" – Brad Parscale – manjak iskustva u političkim kampanjama kao prednost
 - *"Uvijek sam se čudio zašto se ljudi u politici ponačaju kao da je to nešto mistično. To su ista sr**a koja koristimo u reklamama, samo sa fensi nazivom."*

Društveni mediji i targetiranje

- Inicijalno, sav novac utrošen na reklame na FB
- Preklapanje liste simpatizera sa FB profilima
- “Audience targeting” i “Lookalike Audiences” za širenje baze
- “Brand Lift” za mjerenje uspjeha reklama

Društveni mediji i targetiranje

- Republikanska partija uložila preko 100 miliona \$ od 2012 za izradu partijske baze podataka
- RNC i Trampova kampanja postigla dogovor – lista od 6 milion ljudi za 80% donacija
- **Rezultat:** Projekat Alamo – baza sa 220 miliona ljudi i veoma detaljnim informacijama (uključujući psihološke karakteristike glasača)
- Mikrotargetiranje sa ciljem smanjenja podrške za Hilari Klinton
 - "Super-predatori" reklama pokazivana samo targetiranim grupama
 - Benghazi skandal
 - E-mail server



National
Polling
Average

Hillary Clinton
45.9%



Donald J. Trump
42.8%

