

MARKETING, CLAVES DE MARKETING EN LA VICTORIA DE OBAMA... La victoria de Barack Obama en las pasadas elecciones estadounidenses fue el resultado de una construcción de marca impecable y de un plan de comunicación que ha traspasado fronteras gracias al empleo de la red como herramienta para crear proximidad y cercanía con los electores. A estos aspectos se suma la elaboración de un mensaje cargado de esperanza, sólido y coherente, que apelaba al cambio. Un cambio que los ciudadanos de Estados Unidos deseaban pues los últimos derroteros que había tomado el país bajo la dirección de Bush no les favorecían en absoluto: asuntos como la sanidad, la guerra de Irak o la reciente crisis financiera. Todo ello, sumado a la impopularidad del ex presidente norteamericano, fueron factores de fondo que ayudaron a la victoria demócrata. Pero, sin duda, la construcción del mensaje de Obama fue el elemento decisivo. "La marca Obama estaba llena de optimismo y se centró siempre en signos como la esperanza", recoge el diario Cinco Días a partir de las declaraciones de Greg Pinelo, asesor de la campaña del presidente electo y socio de GMMB, la firma demócrata de comunicación política más grande de EEUU. Por otro lado, se mantuvo la coherencia en la campaña tanto dentro como fuera de internet. El discurso no variaba. Y finalmente, la fuerza de las redes sociales, hicieron el resto. Su popularidad subió como la espuma hasta el punto de conseguir, gracias a sus seguidores en la red, numerosas donaciones, que contribuyeron a que Obama recaudara una cifra récord, 1.000 millones de dólares.