
PROPOSTA AMPLIFICA ELEITOR 360

Modelo reaproveitável para candidatos do Sul

Documento interno para adaptação comercial

Modelo reaproveitável para candidatos do Sul

Status: modelo comercial interno, pronto para adaptar

Região: A DEFINIR COM JOÃO

Candidato: A DEFINIR COM JOÃO

Cargo: A DEFINIR COM JOÃO

Valor: A DEFINIR COM JOÃO

Base usada: proposta Amplifica Eleitor 360 enviada em HTML, originalmente montada para Bruno Souza

1. Abertura

[CANDIDATO],

Vou direto ao ponto. Campanha competitiva em 2026 não se resolve só com presença em rede social, nem com impulsionamento solto. O que decide é operação: estratégia, conteúdo, tráfego, dados, WhatsApp, CRM, inteligência territorial, rotina semanal e leitura constante do eleitor.

A maioria dos candidatos tem parte disso. Poucos têm tudo funcionando junto.

A proposta da Amplifica é entrar para organizar essa operação: transformar posicionamento em conteúdo, conteúdo em alcance, alcance em relacionamento e relacionamento em base mobilizável, sempre dentro da lei e com validação jurídica da campanha.

Você segue no centro: aparecendo, falando, liderando e ocupando espaço. A operação fica estruturada por trás.

2. Diagnóstico inicial

O que normalmente já existe

- Nome conhecido em algum território ou segmento.
- Redes sociais funcionando, mas sem método semanal.
- Conteúdo com volume, porém reativo.
- Base de apoiadores dispersa em WhatsApp, Instagram e contatos pessoais.
- Equipe com boa vontade, mas sem rotina de dados.
- Pautas fortes que ainda não viraram sistema de comunicação.

O que limita a campanha

- Falta de plano editorial semanal.
- Pouca distribuição paga profissional.
- Ausência de CRM real.
- Leads entrando e se perdendo sem cadastro organizado.

- Lideranças sem ranking, meta ou acompanhamento.
- Conteúdo sem leitura de retenção, conversão e território.
- Resposta a ataques feita de improviso.

Oportunidade

A eleição abre espaço para candidatos que conseguirem falar com clareza, chegar fora da própria bolha e organizar apoiadores por região. A campanha precisa funcionar como uma máquina: conteúdo, tráfego, captação, WhatsApp, liderança e monitoramento trabalhando juntos.

3. Quem entra pela Amplifica

Sou João Mendes Miranda. Empresário digital, fundador do JAM 360 AI, criador da plataforma Eleitor 360 e do método Amplifica.

A entrega não é uma agência tradicional. É uma operação com tecnologia própria, IA própria, método próprio e comando direto.

Isso muda três pontos:

Decisão: mais rápida, porque não depende de cadeia longa de fornecedor.

Custo: mais limpo, porque reduz intermediação.

Inteligência: acumulada, porque conteúdo, dados, WhatsApp e CRM conversam no mesmo sistema.

4. Método Amplifica

A operação trabalha em três camadas, nessa ordem.

1. Posicionamento

Definir com clareza o que o candidato representa, para quem fala, quais pautas lidera, qual tom usa e quais assuntos precisa evitar ou preparar melhor.

2. Autoridade

Transformar posicionamento em conteúdo consistente: vídeos, cortes, bastidores, quadros fixos, institucionais, respostas, agenda pública, peças visuais e narrativas de território.

3. Escala

Levar esse conteúdo a quem ainda não conhece o candidato: tráfego pago, geolocalização, captação de leads, WhatsApp, CRM, remarketing e distribuição por região.

5. Onde a Amplifica entra

A Amplifica entra como operação de marketing digital e inteligência da campanha.

Inclui:

- Estratégia geral de comunicação digital.
- Roteiro semanal de conteúdo.
- Direção de vídeos institucionais e de rotina.
- Tráfego pago em Meta, Google e YouTube.
- IA aplicada com JAM 360 AI.
- Plataforma Eleitor 360 implantada e operada.
- Inteligência territorial.
- Captação de leads.
- CRM e remarketing.
- WhatsApp Business API oficial.
- Análise semanal de métricas.
- Treinamento do time local.
- Monitoramento de redes e risco reputacional.

6. Eleitor 360

O Eleitor 360 é a plataforma que organiza a campanha por dados.

Módulos principais

- CRM político.
- Gestão de lideranças.
- Inteligência territorial.
- WhatsApp Business API oficial.
- SMS e e-mail.
- IA aplicada com JAM 360 AI.
- Monitoramento de opinião pública.
- Gestão de eventos.
- Pesquisas e enquetes.
- Captação e funis.
- Portal do coordenador.
- Relatórios de campanha.

Conformidade

A operação deve respeitar LGPD, opt-in, opt-out, logs de auditoria, regras de plataforma e validação jurídica preventiva.

7. Ciclo semanal da operação

Segunda: leitura do fim de semana, monitoramento, adversários, pautas e definição dos temas da semana.

Terça: roteiros, gravações e programação de conteúdo.

Quarta: captação de campo, bastidores, agenda e reunião estratégica.

Quinta: conteúdo institucional, anúncios e ajustes de público.

Sexta: leitura de métricas, retenção, custo por resultado e peças vencedoras.

Sábado e domingo: bastidores, base, WhatsApp, eventos e presença territorial.

Toda semana: reunião de 45 minutos com leitura objetiva de dados e decisão de rota.

8. Tráfego pago

Tráfego competitivo não é apertar botão de impulsionar.

A operação exige:

- Pixel e GA4 instalados desde o primeiro dia.
- Criativos testados em volume.
- Públicos por interesse, território e comportamento.
- Lookalike a partir de base própria, quando houver base suficiente e autorizada.
- Segmentação geográfica por região e prioridade política.
- Troca constante de criativos para evitar fadiga.
- Otimização diária.

Observação: verba de mídia paga deve ir diretamente do candidato/campanha para as plataformas, sob gestão da operação, sem confundir fee de serviço com mídia.

9. Personalização por candidato

Esta seção precisa ser preenchida depois de definir candidato e cargo.

Narrativa central sugerida

A DEFINIR COM JOÃO.

Exemplos de eixos possíveis:

- Trabalho que entrega.
- Coragem para defender a região.
- Experiência com renovação.
- Gestão, presença e resultado.
- Família, produção e futuro.
- Interior forte, cidade respeitada.

Quadros de conteúdo

- [CANDIDATO] Responde.
- Por dentro da cidade.
- Problema e solução.
- O que eu defendo.
- Gente que trabalha.
- Direto da rua.
- Antes e depois.
- Bastidor da campanha.

Pautas por região

A DEFINIR COM JOÃO.

Campos mínimos:

- Região 1: pauta prioritária.
- Região 2: pauta prioritária.
- Região 3: pauta prioritária.
- Região 4: pauta prioritária.
- Região 5: pauta prioritária.

10. Escopo comercial

Pacote de entrada

Para candidato que precisa organizar presença digital, narrativa e tráfego inicial.

Inclui:

- Diagnóstico.
- Plano editorial.
- Identidade base.
- Primeiros funis.
- Tráfego inicial.
- CRM básico.
- WhatsApp estruturado.
- Relatório semanal.

Pacote campanha organizada

Para candidato competitivo que precisa de operação ativa.

Inclui tudo do pacote de entrada, mais:

- Produção semanal em maior volume.
- Captação de leads constante.
- Monitoramento de redes.

- Gestão de lideranças.
- Quadros fixos de conteúdo.
- Tráfego com testes A/B.
- Reunião semanal.

Pacote campanha completa

Para candidato que quer operação de campanha digital em ritmo intenso.

Inclui tudo dos pacotes anteriores, mais:

- War room digital.
- Inteligência territorial contínua.
- WhatsApp em volume com API oficial.
- CRM avançado.
- IA dedicada com JAM 360 AI.
- Gestão de crise e resposta rápida.
- Produção institucional.
- Relatórios executivos.
- Treinamento do time.

11. Investimento

Valores finais: A DEFINIR COM JOÃO.

Sugestão de apresentação comercial:

- Entrada: R\$ A DEFINIR.
- Campanha organizada: R\$ A DEFINIR.
- Campanha completa: R\$ A DEFINIR.

Condições possíveis:

- Entrada na assinatura.
- Parcela em 30 dias.
- Parcela antes do período crítico da campanha.

Não incluso: verba de mídia paga, gráfica, comício, estrutura física de comitê, deslocamentos fora da região combinada e custos externos de plataforma que precisem ser contratados em nome da campanha.

12. Cronograma

48h: reunião de partida.

D+7: diagnóstico aprofundado.

D+14: plataforma e rotina inicial no ar.

D+21: primeira onda de conteúdo e tráfego.

D+45: primeira leitura completa e ajuste de rota.

13. Segurança jurídica

Toda ação deve ser validada pelo corpo jurídico da campanha quando envolver propaganda eleitoral, impulsionamento, captação de dados, WhatsApp, prestação de contas, impulsionamento identificado e limites definidos pelo TSE.

A proposta não é para burlar regra. É para organizar, ampliar e profissionalizar o que a campanha pode fazer dentro da lei.

14. Fechamento

A eleição não é vencida por quem posta mais.

É vencida por quem entende melhor o eleitor, organiza melhor a campanha, comunica com mais precisão e chega em quem ainda não conhece o candidato, dentro da lei.

O candidato entra com nome, presença e pauta.

A Amplifica entra com operação.

Checklist antes de mandar para alguém

- Confirmar se é Sul do Amapá ou Sul do Brasil.
- Confirmar candidato e cargo.
- Confirmar números reais do candidato, com fonte.
- Confirmar valor e condição comercial.
- Remover qualquer dado que pareça promessa sem prova.
- Adaptar narrativa, regiões e quadros ao candidato real.
- Validar limites jurídicos antes de execução.