Załącznik nr 5 LSR

**PLAN KOMUNIKACJI**

|  |
| --- |
| **Plan komunikacji** |
| **Cel 1. Informowanie o realizacji LSR poprzez wspieranie pomysłów projektowych wnioskodawców oraz upowszechnianie dobrych praktyk.**  |
| **Termin**  | **Działanie komunikacyjne**  | **Adresaci /Grupa docelowa**  | **Środki przekazu**  | **Wskaźniki (produkty)**  | **Oczekiwane efekty (rezultaty)**  |
| II-III kwartał 2016 roku-2023  | Powiadomienie i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na rzecz LSR Działania informacyjno – szkoleniowe o możliwościach wsparcia w ramach środków LSR | Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna; grupy de faworyzowana;Potencjalni beneficjenci LSR  | artykuły i ogłoszenia w prasie lokalnej, Internecie ogłoszenia w siedzibach partnerów i członków LGD, spotkania informacyjne przygotowanie i dystrybucja ulotek, gadżetów  | liczba artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej, Internecie – **20 szt.** Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami –**12 szt.**  | Liczba uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych – **240 os.** Liczba osób, do których dotarła informacja - **100.000 os.** |
| III kw.2016-IV kw.2022  | Wsparcie doradcze i szkoleniowe dla beneficjenta  | Potencjalni beneficjenci LSR  | doradztwo w zakresie przygotowania wniosków serwis internetowy LGD w zakresie dostępnych konkursów doradztwo mailowe, telefoniczne  | Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa –**80 osób** | Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidulanego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD –**40 os./podmiotów**  |
| I kw.2018-II kw.2023  | Kampania promocyjna efektów wdrażania LSR  | Opinia publiczna, potencjalni beneficjenci, członkowie i kadra LGD  | Artykuły nt. zrealizowanych projektów Fotorelacja na stronie internetowej LGD ze zrealizowanych projektów  | Liczba konkursów na najlepszą wspartą w LSR inicjatywę - **2 szt.** Liczba artykułów– **20 szt.** Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów na stronie Internetowej – **20 szt.**  | Liczba nagrodzonych inicjatyw – **10 szt**Liczba osób, która zapoznała się z informacjami na stronie www o projektach - **400 osób.**  |
| **Cel 2. Angażowanie grup defaworyzowanych określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Rozpoczęcie: III kw. 2016-IV 2022 | Działania animacyjne w zakresie aktywizowania grup defaworyzowanych na rzecz udziału w projektach promujących obszar | Dzieci, młodzież, organizacje, przedsiębiorcy, osoby starsze, osoby pow. 60 roku życia  | Wydarzenia aktywizujące ( w tym spotkania, szkolenia, konkursy) i promujące walory obszaru | Ilość wydarzeń aktywizujących związanych z promocją obszaru **– 20 szt** | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - **800 osób** |

|  |
| --- |
| **Cel 3. Budowanie przyjaznego wizerunku LGD jako instytucji wspierającej rozwój lokalny.**  |
| III - IV kw. **2016 r.** -II kw. 2023  | Badanie satysfakcji wnioskodawców  | Beneficjenci / osoby korzystające z usług doradczych/ szkoleń LGD  | Badanie zebranych ankiet  | Liczba ankiet -**100 szt.**  | Liczba zadowolonych osób korzystających z usług doradczych/ szkoleń LGD – **70 os.**  |
| III kw. **2016 r.** -II kw. 2023  | Działania w obszarze komunikacji wewnętrznej i podnoszenia jakości usług  | Kadra biorąca udział we wdrażaniu LSR członkowie Zarządu, LGD  | Szkolenia zewnętrzne i wewnętrzne dla kadry biorącej udział we wdrażaniu LSR, pracowników i członków Zarządu, LGD  | Liczba szkoleń zewnętrznych i wewnętrznych dla pracowników i członków Organów, LGD – 5 **szt.**  | Liczba pracowników i członków Organów , LGD biorących udział w szkoleniach zewnętrznych i wewnętrznych, którzy podnieśli swoją wiedze i kwalifikacje- **40 osób**  |
| IV kw. **2016 r.** -II kw. 2023  | Działania w obszarze monitoringu i weryfikacji realizacji planu komunikacji  | Kadra i członkowie LGD, poszczególne grupy docelowe w zakresie celu 1 i 2 | Monitoring wskaźników i ewaluacja założeń i realizacji Publikacja wyników weryfikacji wdrażania Zbieranie opinii i korekta założeń Planu Komunikacji  | Liczba badań monitoringujących wskaźniki i ewaluacyjnych – **6** **szt** Liczba opublikowanych wyników weryfikacji wdrażania - **6 szt.**  | Liczba osób, które zapoznały się z opublikowanymi wynikami weryfikacji wdrażania – **200 os.**  |
| II kw. **2016 r.** -II kw. 2023  | Działania w obszarze budowania i utrzymania relacji z otoczeniem  | Beneficjenci, otoczenie-mieszkańcy, członkowie LGD; potencjalni wnioskodawcy; władze lokalne i regionalne; otoczenie pośrednie: instytucje lokalne prywatne i publiczne;  | Udział LGD w imprezach/targach/wydarzeniach zewnętrznych Publikacje promujące działania LGD i region Wyjazdy studyjne  | Liczba imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – **12 szt.** Liczba publikacji promujących działania LGD i region – **10 szt.** Liczba wyjazdów studyjnych – **3 szt**  | Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – **100 000 os.** Liczba rozpowszechnionych publikacji promujących działania LGD i region – **1000 szt** lub liczba wejść na stronę w przypadku publikacji w wersji elektronicznej - 1000Liczba uczestników wyjazdów studyjnych- **80 os.**  |

Budżet na realizację planu komunikacji to 70 000 zł na lata 2016 – 2023.