**HARMONOGRAM**

**PLANU KOMUNIKACJI DO 31.12.2017 R. REALIZOWANEGO PRZEZ STOWARZYSZENIE LGD „LEPSZA PRZYSZŁOŚĆ ZIEMI RYCKIEJ”**

|  |
| --- |
| **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)**  |
| I kwartał 2017 | 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 – **2 szt.**  | Liczba osób, do których dotarła informacja - **6 400 os.** |
| II kwartał 2017  | 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 – **5 szt.**   | Liczba osób, do których dotarła informacja - **20 400 os.** |
| III kwartał 2017  | 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 – **2 szt.**  | Liczba osób, do których dotarła informacja - **12 800 os.** |
| I kwartał 2017 | 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 –**6 os.**  | Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidulanego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD –**0 os./podmiotów**  |
|  III kwartał 2017  | 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 –**15 os.**  | Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidulanego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD –1**0 os./podmiotów**  |
| **Cel 2. Angażowanie grup defaworyzowanych określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| I kwartał 2017 | 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 **– 1 szt** | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - **87 osób** |
| II kwartał 2017 | 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 **– 1 szt** | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - 200 **osób** |
| III kwartał 2017 | 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 **– 1 szt** | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - **50 osób** |
| IV kwartał 2017 | 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 **– 1 szt** | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - **150 osób** |

|  |
| --- |
| **Cel 3. Budowanie przyjaznego wizerunku LGD jako instytucji wspierającej rozwój lokalny.**  |
| I kwartał 2017 | Badanie satysfakcji wnioskodawców | Beneficjenci / osoby korzystające z usług doradczych/ szkoleń LGD | Badanie zebranych ankiet  | Liczba ankiet - **10 szt.**  | Liczba zadowolonych osób korzystających z usług doradczych/ szkoleń LGD – **8 os**.  |
| III kwartał2017 r.   | Badanie satysfakcji wnioskodawców  | Beneficjenci / osoby korzystające z usług doradczych/ szkoleń LGD  | Badanie zebranych ankiet  | Liczba ankiet -15 **szt.**  | Liczba zadowolonych osób korzystających z usług doradczych/ szkoleń LGD – **10 os.**  |
| I kwartał2017 r.   | 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 – 1**szt** Liczba opublikowanych wyników weryfikacji wdrażania - 1 **szt.**  | Liczba osób, które zapoznały się z opublikowanymi wynikami weryfikacji wdrażania – 5**0 os.**  |
| II kwartał 2017  | 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  | Liczba imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – **1 szt.**  | Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – **20 000 os.**  |
| III kwartał 2017 | 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  | Liczba imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – **1 szt.**  | Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – **10 000 os.**  |
| IV kwartał 2017  | 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; | Publikacje promujące działania LGD i region | Liczba publikacji promujących działania LGD i region – **1 szt.** | Liczba rozpowszechnionych publikacji promujących działania LGD i region – **500 szt.** |