

HARMONOGRAM
PLANU KOMUNIKACJI DO 31.12.2020 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 2020	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 osób, do których dotarła informacja - 16500 os.
II kwartał 2020	Powiadomienie i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na rzecz LSR Działania informacyjno – szkoleniowe o możliwościach wsparcia w	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 – 4 szt.	Liczba osób, do których dotarła informacja - 5 500 os.

	ramach środków LSR				
I kwartał 2020	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 – 28 os.	Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD – 0 os./podmiotów
I kwartał 2020	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 artykułów - 3 szt. Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów na stronie internetowej – 2 szt.	Liczba osób, która zapoznała się z informacjami na stronie www o projektach – 50 os.
II kwartał 2020	Kampania promocyjna efektów wdrażania LSR	Opinia publiczna, potencjalni beneficjenci, członkowie i kadra LGD	Fotorelacja na stronie internetowej LGD ze zrealizowanych projektów	Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów na stronie internetowej – 8 szt.	Liczba osób, która zapoznała się z informacjami na stronie www o projektach – 50 os.
III kwartał 2020	Kampania promocyjna efektów wdrażania LSR	Opinia publiczna, potencjalni beneficjenci, członkowie i kadra LGD	Artykuły nt. zrealizowanych projektów	Liczba artykułów - 1 szt.	-----

Cel 2. Angażowanie grup defaworyzowanych określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR

I kwartał 2020	Działania animacyjne w zakresie aktywizowania grup	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 / - 350 os.
----------------	--	--	--	--	--

	defaworyzowanych na rzecz udziału w projektach promujących obszar				
II kwartał 2020	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 / - 20 os.
III kwartał 2020	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 / - 30 os.

Cel 3. Budowanie przyjaznego wizerunku LGD jako instytucji wspierającej rozwój lokalny.

I kwartał 2020	Badanie satysfakcji wnioskodawców	Beneficjenci / osoby korzystające z usług doradczych/ szkoleń LGD	Badanie zebranych ankiet	Liczba ankiet - 28 szt.	Liczba zadowolonych osób korzystających z usług doradczych/ szkoleń LGD – 15 os.
----------------	-----------------------------------	---	--------------------------	--------------------------------	---

I kwartał 2020	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 monitorujących wskaźniki i ewaluacyjnych – 1 szt. Liczba opublikowanych wyników weryfikacji wdrażania - 1 szt.	Liczba osób, które zapoznały się z opublikowanymi wynikami weryfikacji wdrażania – 30 os.
III kwartał 2020	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.
IV kwartał 2020	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.