

## 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 – <b>20 szt.</b> Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami – <b>12 szt.</b>	Liczba uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych – <b>210 os.</b> Liczba osób, do których dotarła informacja - <b>106.700 os.</b>
IV 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 – <b>60 osób</b>	Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD – <b>26 os./podmiotów</b>
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 artykułów– <b>20 szt.</b> Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów na stronie Internetowej – <b>20 szt.</b>	Liczba osób, która zapoznała się z informacjami na stronie www o projektach - <b>400 osób.</b>

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

Rozpoczęcie: IV 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 – <b>20 szt</b>	Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>780 osób</b>
----------------------------------	--	--	--	---	---

**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 - <b>100 szt.</b>	Liczba zadowolonych osób korzystających z usług doradczych/ szkoleń LGD – <b>65 os.</b>
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 – <b>5 szt.</b>	Liczba pracowników i członków Organów , LGD biorących udział w szkoleniach zewnętrznych i wewnętrznych, którzy podnieśli swoją wiedzę i kwalifikacje- <b>40 osób</b>
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 – <b>6 szt</b> Liczba opublikowanych wyników weryfikacji wdrażania - <b>6 szt.</b>	Liczba osób, które zapoznały się z opublikowanymi wynikami weryfikacji wdrażania – <b>200 os.</b>

<p>II kw. <b>2016 r.</b> -II kw. 2023</p>	<p>Działania w obszarze budowania i utrzymania relacji z otoczeniem</p>	<p>Beneficjenci, otoczenie-mieszkańcy, członkowie LGD; potencjalni wnioskodawcy; władze lokalne i regionalne; otoczenie pośrednie: instytucje lokalne prywatne i publiczne;</p>	<p>Udział LGD w imprezach/targach/wydarzeniach zewnętrznych Publikacje promujące działania LGD i region Wyjazdy studyjne</p>	<p>Liczba imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – <b>12 szt.</b> Liczba publikacji promujących działania LGD i region – <b>6 szt.</b> Liczba wyjazdów studyjnych – <b>1 szt</b></p>	<p>Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – <b>100 000 os.</b> Liczba rozpowszechnionych publikacji promujących działania LGD i region – <b>1000 szt</b> lub liczba wejść na stronę w przypadku publikacji w wersji elektronicznej - 1000 Liczba uczestników wyjazdów studyjnych- <b>20 os.</b></p>
---	---	---	--	--	--

Budżet na realizację planu komunikacji to 17 500,00 EUR na lata 2016 – 2023.