

**HARMONOGRAM**  
**PLANU KOMUNIKACJI DO 31.12.2019 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 2019	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>1 szt.</b>  Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami - <b>1 szt.</b>	Liczba osób, do których dotarła informacja - <b>6 000 os.</b>  Liczba uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych - <b>20 os.</b>
IV kwartał 2019	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 – <b>1 szt.</b>	Liczba osób, do których dotarła informacja - <b>6 000 os.</b>

	ramach środków LSR				
I kwartał 2019	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>10 os.</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>2 os./podmiotów</b>
II kwartał 2019	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>1 szt.</b>  Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów na stronie internetowej – <b>1 szt.</b>	Liczba osób, która zapoznała się z informacjami na stronie www o projektach – <b>50 os.</b>
<b>Cel 2. Angażowanie grup defaworyzowanych określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR</b>					

I kwartał 2019	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>1 szt</b>	Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>70 os.</b>
----------------	--	--	--	--	---

III kwartał 2019	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>1 szt.</b>	Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>30 os.</b>
IV kwartał 2019	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>1 szt.</b>	Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>50 os.</b>

<b>Cel 3. Budowanie przyjaznego wizerunku LGD jako instytucji wspierającej rozwój lokalny.</b>					
I kwartał 2019	Badanie satysfakcji wnioskodawców	Beneficjenci / osoby korzystające z usług doradczych/ szkoleń LGD	Badanie zebranych ankiet	Liczba ankiet - <b>30 szt.</b>	Liczba zadowolonych osób korzystających z usług doradczych/ szkoleń LGD – <b>15 os.</b>
I kwartał 2019	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>1 szt.</b> Liczba opublikowanych wyników weryfikacji wdrażania - <b>1 szt.</b>	Liczba osób, które zapoznały się z opublikowanymi wynikami weryfikacji wdrażania – <b>30 os.</b>

II kwartał 2019	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 – <b>1 szt.</b>	Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – <b>20 000 os.</b>
III kwartał 2019	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 – <b>4 szt.</b>	Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – <b>5 000 os.</b>
IV kwartał 2019	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 – <b>1 szt.</b>	Liczba rozpowszechnionych publikacji promujących działania LGD i region – <b>500 szt.</b>