

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-2024	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 – 210 os. Liczba osób, do których dotarła informacja - 106.700 os.
IV kw.2016-IV kw. 2024	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 – 60 osób	Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD – 26 os./podmiotów
I kw.2018-II kw. 2024	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– 20 szt. Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów na stronie Internetowej – 20 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: IV kw. 2016-IV 2024	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 / - 780 osób
----------------------------------	--	--	--	---	---

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

III - IV kw. 2016 r. -II kw. 2024	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 – 65 os.
III kw. 2016 r. -II kw. 2024	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 wiedzę i kwalifikacje- 40 osób
IV kw. 2016 r. -II kw. 2024	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.

<p>II kw. 2016 r. -II kw. 2024</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 – 12 szt. Liczba publikacji promujących działania LGD i region – 6 szt. Liczba wyjazdów studyjnych – 1 szt</p>	<p>Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – 100 000 os. Liczba rozpowszechnionych publikacji promujących działania LGD i region – 1000 szt Liczba uczestników wyjazdów studyjnych- 20 os.</p>
---	---	---	--	--	---

Budżet na realizację planu komunikacji to 17 500,00 EUR na lata 2016 –2024.