

Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu (sposób dotarcia do grupy docelowej)	Sposób badanie efektywności metody	Docelowe efekty działań komunikacyjnych	Wskaźniki
2016 (przed każdym planowanym naborem)	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach finansowania projektów w ramach wdrażania LSR, jej głównych założeniach, kryteriach wyboru projektów oraz otrzymanie informacji zwrotnej o poziomie satysfakcji i oczekiwaniach w zakresie przepływu informacji na linii LGD - wnioskodawca	Kampania informacyjna na temat ogólnych założeń LSR	- mieszkańcy obszarów wiejskich w szczególności potencjalni beneficjenci (przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych, sektor ngo) - grupa defaworyzowana (kobiety)	- 1 artykuł na stronie internetowej - 100 plakatów na tablicach informacyjnych instytucji publicznych - 1 artykuł na portalu społecznościowym - 1 spotkanie informacyjne - 1 spotkanie z grupą defaworyzowaną (kobiety) wskazujące na działania w LSR preferujące kobiety	- ankieta badanie poziomu satysfakcji i oczekiwań	- przekazanie informacji minimum 500 osobom - udział w spotkaniu informacyjnym 20 osób	- ilość artykułów na stronie i portalu – 1 - ilość plakatów na tablicach – 7 - ilość ulotek informacyjnych – 500 szt. - ilość spotkań informacyjnych – 1 - ilość spotkań inf. z grupą defaworyzowaną - 1
Lata 2016-2022 (przed każdym planowanym naborem/grupą naborów)	Poinformowanie o ogłoszeniu naboru wniosków celem dotarcia do jak najszerszego grona odbiorców	Ogłoszenia w prasie i na stronach internetowych	- potencjalni beneficjenci	- artykuł w prasie – 8 sztuk (po 1 dla każdego naboru/grupy naborów) - ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach internetowych gmin obszaru - rozesłanie 50 maili x 8 naborów/grup naborów = 400	- ankieta o skuteczności ogłoszeń w prasie	Przekazanie informacji minimum 400 osobom	- ilość artykułów w prasie – 8 szt.
Lata 2016-2022 (przed każdym planowanym naborem/grupą naborów)	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach przyznawania pomocy w ramach wdrażania LSR, ewentualnych zmianach kryteriów wyboru, najczęściej popełnianych błędach, prezentacja formularza wniosku celem zwiększenia szans uzyskania dofinansowania oraz poprawności składanych wniosków	Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów przed każdym naborem wniosków	- potencjalni beneficjenci w ramach danego naboru z uwzględnieniem grupy defaworyzowanej (kobiety)	- 1 szkolenie przed każdym naborem/grupą naborów – 8 szkoleń – informacja o szkoleniu na stronie internetowej LGD, portalu społecznościowym oraz stronach internetowych gmin obszaru LSR	- ankieta badanie poziomu satysfakcji i oczekiwań (interaktywni formularz na stronie LGD)	- udział w każdym szkoleniu min. 10 osób (8 szkoleń = 80 osób, w tym 50 kobiet)	- ilość szkoleń – 8
Cały okres wdrażania LSR	Indywidualne informowanie osób zainteresowanych realizacją projektów w ramach wdrażania LSR celem zachęcenia do składania wniosków	Doradztwo w biurze LGD	-osoby zainteresowane programem	- indywidualne rozmowy w biurze LGD - odpowiedzi na zapytania przesłane drogą mailową - odpowiedzi na zapytania telefoniczne	- ankieta badanie poziomu satysfakcji z udzielonego doradztwa	- przekazanie informacji 5 podmiotów przed każdym naborem = 40	- ilość indywidualnych doradztw -30
2020	Informowanie mieszkańców obszarów LGD o prowadzonych działaniach	Kampania informacyjna na temat ogólnych założeń LSR	- potencjalni beneficjenci - osoby zainteresowane rozwojem lokalnym	- 2 artykuły na stronie internetowej - 2 informacje na profilu LGD na portalu społecznościowym	- ankieta badanie poziomu satysfakcji i oczekiwań	- przekazanie informacji dla min. 100 osób	- ilość artykułów na stronie internetowej 2 i na portalu społecznościowym – 2