



Załącznik nr 5 do LSR: plan komunikacji

Plan komunikacji – cele, działania, środki i narzędzia komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty	Budżet
I poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, jst i mieszkańcy obszaru - grupy defaworyzowane	- artykuł w prasie lokalnej - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - strona internetowa LGD - informacja telefoniczna do osób, które złożyły fiszki projektowe	- liczba artykułów w prasie lokalnej: 1 szt. - liczba informacji zamieszczonych na stronach www i portalach społecznościowych: 4 szt. - liczba wejść na stronę internetową: (50 miesięcznie) - liczba wykonanych rozmów telefonicznych: 150 szt.	- liczba osób poinformowanych o zasadach LSR - liczba osób, która pozna zasady LSR - nakład jednej gazety lokalnej - 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem, to około 2100 osób, poprzez stronę internetową 100 osób miesięcznie i portale społecznościowe i przynajmniej 150 osób poprzez informację telefoniczną	1000,00 zł ujęto koszt ogłoszenia
II poł. 2016	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuł w prasie lokalnej - udział w imprezach lokalnych - ulotki - dni otwarte-punkt informacyjno-doradczy w Biurze LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej: 1 szt. - liczba stoisk promocyjnych: 2 szt. - liczba wydanych ulotek: 300 szt. - liczba konsultacji: 40 szt. - liczba wejść na stronę internetową:	- liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR, liczba osób, która pozna ideę działania LSR - nakład jednej gazety lokalnej - 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem, to około 2100 osób	1000,00 zł ujęto koszt ogłoszenia wydruk ulotek koszt 1000,00 zł Koszt przygotowania stoisk promocyjnych 1000,00 zł



				- strona internetowa LGD	(50 miesięcznie); Liczba ogłoszeń, postów na stronie internetowej, portalu społecznościowym, tablicach ogłoszeń w instytucjach pożyteczności publicznej. (4 na miesiąc)		
II poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach ubiegania się o dofinansowanie w tym poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD - Promocja dofinansowań wśród grup defaworyzowanych i przedsiębiorców	Spotkania nt. aplikowania o dofinansowanie, rozliczania projektów oraz oceniania i wyboru projektów przez LGD	- grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności - Przedsiębiorcy lub osoby fizyczne, którzy chcą założyć lub rozwijać działalność gospodarczą, rolnicy oraz przedstawiciele NGO i JST, mieszkańcy obszaru	- spotkania z grupami defaworyzowanymi - szkolenia, warsztaty - materiały szkoleniowe, warsztatowe rozdane na spotkaniach	- liczba szkoleń, warsztatów: 4 spotkania - ilość materiałów szkoleniowych, warsztatowych rozdanych na spotkaniach: 80 szt.	- liczba osób na szkoleniach: 80 osób (listy obecności) - liczba osób, która podniosła swoje kompetencje: 60 osób (testy przed i po szkoleniu, ankiety)	1500,00 zł ujęto koszt przygotowania szkoleń
I poł. 2017	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%	0,00 zł



	pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)						
I poł. 2017	Poinformowanie wnioskodawców o zasadach rozliczania projektów unijnych	Spotkania dot. rozliczania projektów	- Wnioskodawcy - Liderzy społeczni	- szkolenia, warsztaty - materiały szkoleniowe, warsztatowe rozdane na spotkaniach	- liczba szkoleń, warsztatów: 4 spotkania - ilość materiałów szkoleniowych, warsztatowych rozdanych na spotkaniach: 80 szt.	- liczba osób na szkoleniach: 80 osób (listy obecności) - liczba osób, która podniosła swoje kompetencje: 60 osób (testy przed i po szkoleniu, ankiety)	1500,00 zł ujęto koszt przygotowania szkoleń
I poł. 2017	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- strona internetowa LGD, gmin członkowskich, portale społecznościowe	- liczba wejść na stronę internetową: (50 miesięcznie)	- liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR, liczba osób, która pozna ideę działania LSR	0,00 zł
II poł. 2017	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR oraz wstępnych efektach	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz jej efektów	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej - strona internetowa LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej: 1 szt. - liczba wejść na stronę internetową: 50 szt. miesięcznie	- liczba osób poinformowanych o efektach realizacji LSR, liczba osób, która pozna ideę LSR: - nakład jednej gazety lokalnej - 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem, to około 2100 osób	1000,00 zł ujęto koszt ogłoszenia
I poł. 2018	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach ubiegania się o dofinansowanie	Spotkania nt. aplikowania o dofinansowanie, rozliczania	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy	- szkolenia, warsztaty - materiały szkoleniowe, warsztatowe	- liczba szkoleń, warsztatów: 4 szkolenia - ilość materiałów szkoleniowych,	- liczba osób na szkoleniach: 80 osób (listy obecności)	1500,00 zł ujęto koszt przygotowania szkoleń



	wanie w tym poszczególne kryteria oceny używanych przez organ decyzyjny LGD	projektów oraz oceny i wyboru projektów przez LGD	oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru - grupy defaworyzowane	rozdane na spotkaniach - punkt informacyjno-doradczy w Biurze LGD	warsztatowych rozdanych na spotkaniach: 80 szt. - liczba konsultacji: 30	- liczba osób, która podniosła swoje kompetencje: 60 osób (testy przed i po szkoleniu, ankiety)	
II poł. 2018	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy. Ocena wdrożenia wniosków z wcześniej pozyskanej informacji zwrotnej	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakńczonych konkursów)	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%	0,00 zł
I poł. 2019	Poinformowanie wnioskodawców o zasadach rozliczania projektów unijnych	Spotkania dot. rozliczania projektów	- Wnioskodawcy - Liderzy społeczni	- szkolenia, warsztaty - materiały szkoleniowe, warsztatowe rozdane na spotkaniach	- liczba szkoleń, warsztatów: 4 spotkania - ilość materiałów szkoleniowych, warsztatowych rozdanych na spotkaniach: 80 szt.	- liczba osób na szkoleniach: 80 osób (listy obecności) - liczba osób, która podniosła swoje kompetencje: 60 osób (testy przed i po szkoleniu, ankiety)	1500,00 zł ujęto koszt przygotowania szkoleń
I poł. 2019	Poinformowanie wnioskodawców o zasadach przyznawania środków unijnych	Kampania informacyjna dotycząca możliwości otrzymania wsparcia	- Potencjalni wnioskodawcy	- dni otwarte-punkt informacyjno-doradczy w Biurze LGD - strona internetowa LGD	- liczba konsultacji: 30 szt. - liczba wejść na stronę internetową: (50 miesięcznie)	- liczba osób, która zostanie kompleksowo przygotowana do naboru wniosków	0,00 zł



I poł. 2019	Poinformowanie osób opiniotwórczych o efektach wdrażania	Kampania informacyjna dot. zrealizowanych projektów przez beneficjentów pomocy	lokalni liderzy, sołtysi, radni, inne zainteresowane osoby	- konferencja LGD	- konferencja - jedno wydarzenie informacyjne	- liczba osób, które zapoznały się ze zrealizowanymi projektami 100 osób na konferencji	3000,00 zł Koszt przygotowania konferencji
II poł. 2019	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR oraz wstępnych efektach	Kampania informacyjna dot. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz jej efektów	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej - strona internetowa LGD	- artykuły w prasie lokalnej 1 szt. - liczba wejść na stronę internetową: 50 miesięcznie	liczba osób poinformowanych o efektach realizacji LSR, liczba osób, która pozna ideę LSR: - nakład jednej gazety lokalnej - 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem, to około 2100 osób	1000,00 zł ujęto koszt ogłoszenia
I poł. 2020	Poinformowanie osób opiniotwórczych o efektach wdrażania Poinformowanie ogółu mieszkańców	Kampania informacyjna dot. zrealizowanych projektów przez beneficjentów pomocy	- lokalni liderzy, sołtysi, radni, inne zainteresowane osoby - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- konferencja LGD - strona internetowa LGD	- konferencja - jedno wydarzenie informacyjne - liczba wejść na stronę internetową: 50 miesięcznie	- liczba osób, które zapoznały się ze zrealizowanymi projektami 100 osób na konferencji	3000,00 zł Koszt przygotowania konferencji
I poł. 2021	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR oraz wstępnych efektach	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 a głównie jej efektów	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej - strona internetowa LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej: 1 szt. - liczba wejść na stronę internetową: 50 miesięcznie	liczba osób poinformowanych o efektach realizacji LSR, liczba osób, która pozna ideę LSR: - nakład jednej gazety lokalnej - 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem, to około 2100 osób	1000,00 zł ujęto koszt ogłoszenia



II poł. 2021	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR oraz efektach	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 a głównie jej efektów	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej - strona internetowa LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej: 1 szt. - liczba wejść na stronę internetową: 50 miesięcznie	liczba osób poinformowanych o efektach realizacji LSR, liczba osób, która pozna ideę LSR: - nakład jednej gazety lokalnej - 4200 szt., zakładamy, że 50% zapozna się z artykułem, to około 2100 osób	1000,00 zł ujęto koszt ogłoszenia
I poł. 2022 - I poł. 2023	Poinformowanie ogółu mieszkańców o efektach zrealizowanych działań i wydatkowanych środków	Kampania informacyjna	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- strona internetowa LGD i gmin członkowskich	- liczba artykułów - jeden w systemie półrocznym z analizą danych, liczbami projektów i wydatkowanych środków - liczba wejść na stronę internetową: 50 miesięcznie	Liczba osób pozyskujących dane ze strony internetowej LGD na poziomie 50 wejść	0,00 zł