

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2018

Lp.	Cel komunikacji	Adresaci	Środki przekazu	wskaźniki	Budżet w złotych	Efekty	Termin realizacji
1	Promocja i budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR. Aktywizowanie lokalnej społeczności do włączenia się w realizację LSR poprzez aktywne uczestnictwo w realizowanych przedsięwzięciach.	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru LGD, turyści, potencjalni beneficjenci, grupy defaworyzowane	Udział w targach,	Co najmniej 1	30 000	1. Dotarcie co najmniej 100 osób uczestniczących w festiwalach w tym osób z grup defaworyzowanych, 2. Dotarcie do co najmniej 1000 osób z publikacjami, materiałami i informacjami promującymi obszar LGD oraz <u>działaniami animacji lokalnej i współpracy.</u> Podniesienie atrakcyjności turystycznej obszaru LGD. Zwiększenie świadomości członków LGD, mieszkańców obszaru LGD, turystów, potencjalnych beneficjentów w tym osób z grup defaworyzowanych.	I-IV kwartał
			Organizacja festiwali	2			II-IV kwartał
			ulotki	1000 szt.	1200		I-IV kwartał
			artykuły na stronie internetowej stowarzyszenia	10 szt.	0		I-IV kwartał
			publikacje promujące walory kulturowe, przyrodnicze i historyczne oraz wskazujące atrakcje turystyczne obszaru	500 szt.	8 000		I-IV kwartał
	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR. Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania, kryteriach oceny projektów oraz typach operacji	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni beneficjenci, grupy defaworyzowane	udział w imprezach lokalnych (m.in. Dożynki, festyny)	Co najmniej 3	1600	1. <u>Animacja</u> co najmniej 50 osób do podejmowania przedsięwzięć w ramach LSR oraz aplikowania wniosków do LGD.	I-IV kwartał
			organizacja spotkań informacyjno-promocyjnych-integracyjnych	Co najmniej 2	1000	2. <u>Animacja</u> co najmniej 50 osób podczas organizowanych spotkań informacyjno-promocyjnych.	I-IV kwartał

2	Przekazanie informacji o naborze wniosków oraz wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR.	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni beneficjenci, grupy defaworyzowanych, młodzież wkraczająca na rynek pracy, członkowie organizacji pozarządowych	Szkolenia/warsztaty	Co najmniej 4 szt.	8000	1. Animacja co najmniej 50 osób podczas organizowanych szkoleń/warsztatów w tym również osób z grup defaworyzowanych. 2. Udzielenie doradztwa indywidualnego dla co najmniej 10 osób z grupy defaworyzowanych.	I-IV kwartał
			Indywidualne konsultacje prowadzone przez eksperta zewnętrznego dla potencjalnych wnioskodawców z grupy osób defaworyzowanych	10 szt.	10000	3. Animacja co najmniej 50 osób w celu zdobycia umiejętności z przygotowywania wniosków aplikacyjnych w tym również osób z grup defaworyzowanych	
			ogłoszenie na stronie internetowej stowarzyszenia	1 szt.	0	4. Animacja co najmniej 70 osób którym pracownicy biura udzieliili konsultacji w tym również z grup defaworyzowanych.	
			ogłoszenie na stronach internetowych gmin	1 szt.	0		
			publikacje	500 szt.	6 000		
3	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni beneficjenci, grupy defaworyzowane	Ankieta przesłana pocztą elektroniczną na adresy dostępne w bazie LGD.	100szt.	0	1. Uzyskanie informacji zwrotnej w formie ankiet od co najmniej 30 osób.	IV kwartał
			Ankieta audytoryjna	50 szt.	0		
			Ankieta do pobrania ze strony internetowej LGD	50 szt.	0		
			Raport ewaluacyjny	1 szt.	0		

* LGD nie wyklucza wykorzystanie innych narzędzi dostępnych na rynku.