

## Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2021

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	Materiały promocyjne (np. Ulotki, puzzle, karty, balony itp.)	250 szt.	24 800,00	Dotarcie do co najmniej 100 osób z materiałami promocyjnymi	I-IV kwartał
			artykuły na stronie internetowej stowarzyszenia	5 sztuk		I-IV kwartał	
			Publikacje promujące walory kulturowe historyczne, przyrodnicze obszaru t.j. produkty turystyczne m.in. (śpiewnik, płyta, kolorowanka lub też publikacja dotycząca festiwalu)	250 szt.		Podniesienie atrakcyjności turystycznej obszaru LGD. Zwiększenie świadomości członków LGD, mieszkańców obszaru LGD, turystów, potencjalnych beneficjentów w tym osób z grup defaworyzowanych.	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 defaworyzowane, młodzież wkraczająca na rynek pracy, członkowie organizacji pozarządowych	Szkolenia/warsztaty (sposób prowadzenia szkoleń warsztatów - osobiście lub online )	Co najmniej 2 szt.	21000,00	1. Animacja (w sposób osobisty lub online) co najmniej 10 osób podczas organizowanych szkoleń/warsztatów w tym również osób z grup defaworyzowanych.	I-IV kwartał
			Indywidualne konsultacje prowadzone przez eksperta zewnętrznego dla potencjalnych wnioskodawców (konsultacje osobiste bądź online)	od 5 do 14 dni		2. Udzielenie doradztwa indywidualnego- osobistego lub online dla potencjalnych wnioskodawców.	I-IV kwartał
			ogłoszenie na stronie internetowej stowarzyszenia	1 szt.		3. Animacja (w sposób osobisty lub online) co najmniej 20 osób w celu zdobycia umiejętności z przygotowywania wniosków aplikacyjnych lub wniosków rozliczeniowych w tym również osób z grup defaworyzowanych	I-IV kwartał
			ogłoszenie na stronach internetowych gmin	1 szt.			I-IV kwartał

			publikacje	50 szt.		4. Animacja (w sposób osobisty, telefoniczny lub online) co najmniej 20 osób którym pracownicy biura udzielili konsultacji, w tym również z grup defaworyzowanych.	I-IV kwartał
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	100 szt.	0,00	1.Uzyskanie informacji zwrotnej w formie ankiet od co najmniej 30 osób.	IV kwartał
			Ankieta audytoryjna	50 szt.			
			Ankieta do pobrania ze strony internetowej LGD	50 szt.			
			Raport ewaluacyjny	1 szt.			
* LGD niewyklucza wykorzystywanie innych narzędzi dostępnych na rynku nie wpisanych w tabeli powyżej.							
** poprawki po konsultacjach - 17.12.2020 r.							