

Plan komunikacji

Termin	Cel	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki/narzędzia komunikacji	Wskaźniki	Planowane efekty
II półrocze 2016-2022	<ul style="list-style-type: none"> - wsparcie potencjalnych wnioskodawców w doskonaleniu umiejętności przygotowania wniosków i pozyskiwania środków finansowych z UE - okresowe informowanie lokalnych społeczności o stanie realizacji i ewentualnych zmianach LSR, - edukacja grup docelowych włączonych w proces wdrażania LSR, - popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów, które otrzymały wsparcie z LSR, w szczególności projektów innowacyjnych, - prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR. 	<ul style="list-style-type: none"> -kampanie informacyjne i informacyjno-promocyjne LGD oraz LSR, zaplanowanych w niej przedsięwzięć i kryteriów oceny wniosków, promocja efektów wdrażania LSR. -kompleksowe doradztwo dla wnioskodawców -konferencje 	<ul style="list-style-type: none"> - mieszkańcy obszaru LGD - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) - faktyczni i potencjalni uczestnicy planowanych działań i projektów, zwłaszcza osoby z grup defaworyzowanych 	<ul style="list-style-type: none"> - informacje umieszczane na stronie internetowej - newsletter - mailing, - kampania reklamowa w lokalnych mediach, - spotkania informacyjno-konsultacyjne dla mieszkańców LGD - szkolenia dla potencjalnych i faktycznych beneficjentów - drukowane lub elektroniczne materiały informacyjno -promocyjne, - wydarzenia promocyjne 	<ul style="list-style-type: none"> -liczba odbiorców działań informacyjno-promocyjnych - liczba uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych - liczba uczestników szkoleń -liczba wydawnictw - liczba zorganizowanych wydarzeń informacyjno-promocyjnych oraz konferencji 	<ul style="list-style-type: none"> -wzrost liczby mieszkańców informowanych o działaniach LGD i założeniach LSR -wzrost partycypacji lokalnej społeczności w realizacji LSR. -wzrost poziomu zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR wśród mieszkańców, a zwłaszcza osób pochodzących z grup defaworyzowanych
II półrocze 2017	włączenie mieszkańców w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR oraz uzyskanie informacji zwrotnej nt. prowadzonych działań	-badanie ankietowe	<ul style="list-style-type: none"> - mieszkańcy obszaru LGD - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) - faktyczni i potencjalni uczestnicy planowanych działań i projektów, zwłaszcza osoby z grup defaworyzowanych 	- ankieta elektroniczna	- liczba ankiet	uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców z trafności sposobu i jakości prezentowania informacji i doboru prowadzonych działań komunikacyjnych i środków przekazu

II półrocze 2016-2022	wsparcie potencjalnych wnioskodawców w doskonaleniu umiejętności przygotowania wniosków i pozyskiwania środków finansowych z UE	-kampanie informacyjne i informacyjno-promocyjne LGD oraz LSR, zaplanowanych w niej przedsięwzięć i kryteriów oceny wniosków, promocja efektów wdrażania LSR. -kompleksowe doradztwo dla wnioskodawców i szkolenia nt. zasad aplikowania zgodnie z regulaminem konkursów w ramach LSR	- mieszkańcy obszaru LGD - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) - faktyczni i potencjalni uczestnicy szkoleń, zwłaszcza osoby z grup defaworyzowanych	- informacje umieszczane na stronie internetowej - newsletter - mailing, - kampania reklamowa w lokalnych mediach, - spotkania informacyjno-konsultacyjne dla mieszkańców LGD - szkolenia dla potencjalnych i faktycznych beneficjentów - drukowane lub elektroniczne materiały informacyjno - promocyjne, - wydarzenia promocyjne	-liczba odbiorców działań informacyjno-promocyjnych - liczba uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych - liczba uczestników szkoleń	-informowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR -podnoszenie wiedzy ogłoszonych naborów wniosków -szkolenia z przygotowania wniosków aplikacyjnych
I półrocze 2017-2021	monitoring w zakresie skuteczności informowania nt. wdrażania LSR i realizowanych operacji	-badanie ankietowe	-wnioskodawcy -uczestnicy szkoleń	- Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców i uczestników szkoleń	- liczba wysłanych ankiet	uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców otrzymywanego wsparcia i doradztwa w przygotowywaniu wniosków
I półrocze 2019- II półrocze 2020	- popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów, które otrzymały wsparcie z LSR, w szczególności projektów innowacyjnych, - prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.	-kampanie informacyjne i informacyjno-promocyjne LGD oraz LSR, zaplanowanych w niej przedsięwzięć i kryteriów oceny wniosków,	-mieszkańcy -beneficjenci pomocy	- informacje umieszczane na stronie internetowej - newsletter - mailing, - kampania reklamowa w lokalnych mediach, - spotkania informacyjno-konsultacyjne dla mieszkańców LGD	-liczba odbiorców działań informacyjno-promocyjnych - liczba uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych -liczba wydawnictw	-wzrost wiedzy społeczności lokalnej nt. realizowanych projektów -podwyższenie świadomości nt. działalności LGD -pobudzenie społeczności lokalnej do

		promocja efektów wdrażania LSR. -konferencje		- drukowane lub elektroniczne materiały informacyjno - promocyjne, - wydarzenia promocyjne -konferencje	- liczba zorganizowanych wydarzeń informacyjno-promocyjnych oraz konferencji	włączenia się w realizację LSR -wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD -wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane
I półrocze 2022	włączenie mieszkańców w proces monitoringu i ewaluacji LSR oraz uzyskanie informacji zwrotnej nt. przeprowadzonych działań	-badanie ankietowe	- mieszkańcy obszaru LGD - beneficjenci - uczestnicy działań i projektów, zwłaszcza osoby z grup defaworyzowanych	- ankieta elektroniczna	- liczba ankiet	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców z trafności sposobu i jakości prezentowania informacji i doboru prowadzonych działań komunikacyjnych i środków przekazu
II półrocze 2022		Kampania informacyjna poświęcona efektom realizacji LSR	- mieszkańcy obszaru LGD - beneficjenci - uczestnicy działań i projektów, zwłaszcza osoby z grup defaworyzowanych	- informacje umieszczane na stronie internetowej - newsletter - mailing, - kampania reklamowa w lokalnych mediach, - drukowane lub elektroniczne materiały informacyjno - promocyjne, -konferencja podsumowująca wdrażanie LSR	-liczba odbiorców działań informacyjno-promocyjnych -liczba wydawnictw - liczba uczestników konferencji	Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. stopnia realizacji LSR

Opis sposobu wykorzystania w procesie realizacji LSR wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych:

W planie komunikacji przewidziane są działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej). Dodatkowe informacje zbierane będą podczas działań informacyjnych o zasadach i efektach LSR skierowane do potencjalnych wnioskodawców oraz mieszkańców. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów,

przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów.

W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec braku działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Przewiduje się wśród nich przede wszystkim: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR oraz ponowne skonsultowanie ich (tymi samymi metodami) ze społecznością lokalną.

Budżet przewidziany na działania komunikacyjne – 100.000 zł