

ZAŁĄCZNIK 5. PLAN KOMUNIKACJI DLA STOWARZYSZENIA LGD DORZECZA ZGŁOWIĄCZKI

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań	Planowane efekty działań komunikacyjnych
2018	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014 -2020	- mieszkańcy obszaru LGD, wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, osoby fizyczne chcące rozpocząć działalność gospodarczą, rolnicy, organizacje pozarządowe, ośrodki kultury, grupy nieformalne, młodzież, kobiety, seniorzy	- artykuły w prasie lokalnej /regionalnej	Publikacja co najmniej 2 artykułów w roku realizacji LSR.	Mieszkańcy obszaru LGD potencjalni wnioskodawcy o LSR podniosą swoją wiedzę na temat LSR- jej celów, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR
				- gazetka LGD	Wydanie dwóch gazetek/Biuletyn informacyjny.	
				- ogłoszenia/plakaty w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK- i, na tablicach informacyjnych sołectw LGD)	Wywieszenie, co najmniej dwóch ogłoszeń/plakatów w roku realizacji LSR.	
				- artykuły na stronie internetowej LGD oraz gmin należących do LGD	Publikacja 4 artykułów.	
				- ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD	Publikacja i dystrybucja jednej ulotki rocznie.	
				- imprezy plenerowe	Udział LGD w co najmniej 5 imprezach (piknik, festyn).	
2018	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach ogłaszanych konkursów	Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	-mieszkańcy obszaru LGD, wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, osoby fizyczne chcące rozpocząć działalność	- spotkania informacyjne dla ogłaszanego konkursu,	Zorganizowanie, co najmniej jednego spotkania dla ogłaszanego konkursu.	Zwiększenie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłaszanego konkursu.
				- ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu	Publikacja i dystrybucja jednej ulotki.	
				-artykuły na stronie internetowej LGD oraz gmin należących do LGD	Publikacja, co najmniej jednego artykułu na temat ogłaszanego konkursu.	
				- informacje na portalu społecznościowym	Zamieszczenie, co najmniej 12 wpisów na portalu społecznościowym w roku realizacji LSR.	Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w realizację LSR

			gospodarczą, rolnicy, organizacje pozarządowe, ośrodki kultury, grupy nieformalne, młodzież, kobiety, seniorzy	- ogłoszenia na tablicach informacyjnych LGD oraz gmin należących do LGD	Zamieszczenie, co najmniej jednego ogłoszenia na temat ogłaszanego konkursu.	
				-informacje na portalu społecznościowym	Zamieszczenie, co najmniej jednego wpisu na portalu społecznościowym na temat ogłaszanego konkursu.	
				- doradztwo świadczone w biurze LGD	Pracownicy biura udzielający doradztwa w każdym roku realizacji LSR.	
2018	Uzyskanie 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)	Badanie satysfakcji wnioskodawców w LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety po spotkaniu informacyjnym dla ogłaszanego konkursu	Przeprowadzenie co najmniej jednej ankiety po spotkaniu informacyjnym dla ogłaszanego konkursu.	Analiza ankiet po spotkaniu informacyjnym dla ogłaszanego konkursu
				- ankiety oceniająca poziom zadowolenia z działań informacyjnych i świadczonego doradztwa w biurze LGD	Przeprowadzenie, co najmniej jednej ankiety oceniająca poziom zadowolenia z działań informacyjnych i świadczonego doradztwa w biurze LGD.	Bieżące przeprowadzanie i analiza ankiet.
				- portal społecznościowy	- LGD użytkownikiem, co najmniej jednego portalu społecznościowego	Bieżąca analiza wpisów na portalu społecznościowym.
				ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	-sonda /wywiad	

