

Załącznik 5 Plan komunikacji

Tabela Metody komunikacji w zależności od grupy docelowej, w tym grupy defaworyzowanej wraz z efektami działań

Cel działań komunikacyjnych	Działania i środki przekazu Sposób dotarcia do grupy docelowej/defaworyzowanej	Grupa docelowa/ defaworyzowana działań komunikacyjnych	Efekty działań komunikacyjnych
Poinformowanie o rozpoczęciu realizacji LSR, planowanych działaniach i możliwościach dofinansowania	<ul style="list-style-type: none"> - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej oraz na tablicach informacyjnych sołectw obszaru LGD. - Artykuły na stronie internetowej LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Przekazywanie informacji przez newslettera. - Przekazywanie informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. - Informowanie poprzez bezadresową wysyłkę do gospodarstw domowych oraz podmiotów z obszaru LGD, bezpłatny biuletyn w formie papierowej i elektronicznej. - Prowadzenie doradztwa i informowanie w siedzibie LGD. - Kontakt z grupami docelowymi podczas otwartych spotkań informacyjnych w każdej gminie, rozmów telefonicznych. - Materiały informacyjne prezentowane w prasie obejmującej obszar LSR. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> - Wzrost wiedzy grup docelowych na temat założeń LSR, - wzrost wiedzy grup docelowych na temat możliwości pozyskania środków na realizację projektów, przygotowanie się do ogłaszanych konkursów.
Podsumowanie dotychczas zrealizowanych działań oraz przedstawienie działań planowanych	<ul style="list-style-type: none"> - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej. - Artykuły na stronie internetowej LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Przekazywanie informacji przez newslettera. - Przekazywanie informacji poprzez ulotkę informacyjną dystrybuowaną na obszarze LGD. - Prowadzenie doradztwa i informowanie w siedzibie LGD oraz podczas rozmów telefonicznych. - Ankiety elektroniczne rozsyłane poprzez e-mail do wnioskodawców. - Materiały informacyjne prezentowane w prasie obejmującej obszar LSR. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> - Podnoszenie wiedzy w zakresie realizacji projektów oraz planowanych dalszych działań, - poprawa funkcjonowania LGD dzięki informacjom zwrotnym; - kontrola, sprawniejsze i efektywniejsze, adekwatne do potrzeb grup docelowych, w tym defaworyzowanej, wdrażanie LSR poprzez uzyskanie informacji zwrotnych, - dostosowane do potrzeb prowadzenie działań

			informacyjnych.
Podsumowanie realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej. - Artykuły na stronie internetowej LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Przekazywanie informacji przez newslettera. - Przekazywanie informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. - Kontakt z grupami docelowymi podczas otwartych spotkań informacyjnych w każdej gminie, rozmów telefonicznych. - Informowanie poprzez bezadresową wysyłkę do gospodarstw domowych oraz podmiotów z obszaru LGD, bezpłatny biuletyn w formie papierowej i elektronicznej. - Ankiety elektroniczne rozsyłane poprzez e-mail do wnioskodawców. - Materiały informacyjne prezentowane w prasie obejmującej obszar LSR. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> - Wzrost świadomości grup docelowych na temat wdrożonej LSR, - poznanie opinii wszystkich grup na temat poprawnej realizacji LSR oraz działalności LGD.
Poinformowanie o planowanym konkursie	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Przekazywanie informacji przez newslettera. - Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) konkursu w każdej gminie LGD. - Informowanie poprzez bezadresową wysyłkę do gospodarstw domowych oraz podmiotów z obszaru LGD. - Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów. - Materiały informacyjne prezentowane w prasie obejmującej obszar LSR. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie grup docelowych, w tym defaworyzowanej do realizacji planowanych operacji, - przygotowanie LGD do efektywniejszego planowania kolejnych konkursów i prowadzenia niezbędnych działań informacyjno-edukacyjnych, - zweryfikowanie stosowanych metod komunikacji.
Poinformowanie o wynikach konkursu	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Ankiety elektroniczne rozsyłane poprzez e-mail do wnioskodawców. 	Wnioskodawcy, mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze	<ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie grup docelowych, w tym defaworyzowanej, do realizacji planowanych operacji, - przygotowanie LGD do

		społeczni), grupa defaworyzowana – kobiety.	efektywniejszego planowania kolejnych konkursów i prowadzenia niezbędnych działań informacyjno- -edukacyjnych, - zweryfikowanie stosowanych metod komunikacji.
Poinformowanie o planowanych i dokonanych zmianach	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Przekazywanie informacji przez newslettera. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> - Aktualizacja dokumentu dostosowana do potrzeb grup docelowych, - poznanie aktualnych potrzeb i problemów, - dostosowanie elementów LSR do bieżącej sytuacji społeczno-gospodarczej grup docelowych.

Źródło: Opracowanie własne

Tabela Metody komunikacji planowane do wykonania na różnych etapach wdrażania LSR

Lp.	Metody komunikacji	Osiągany wskaźnik	ETAP/cel/budżet/wartość wskaźnika					
			2016 – Rozpoczęcie realizacji LSR	Raz w roku w latach 2017–2022	2022–2023 Zakończenie realizacji LSR	Przed każdym konkuresem	Po każdym konkursie	Przy zmianie zapisów LSR i dokumentów powiązanych
1.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej	Liczba instytucji, w których umieszczono ogłoszenie	32	8	8	-	-	-
2.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w sołectwach obszaru LGD	Liczba sołectw, w których umieszczono ogłoszenie	80	-	-	-	-	-
3.	Artykuły na stronie internetowej LGD	Liczba wejść na stronę internetową z artykułem	571	285	571	285	200	285
4.	Artykuły na profil LGD na portalu społecznościowym	Liczba osób, które zobaczyły artykuł	57	57	57	57	57	57
5.	Newsletter – wysłanie informacji	Ilość osób zapisanych do newslettera, do których została wysłana informacja	57	57	57	57	-	57
6.	Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD	Liczba wydarzeń	8	-	8	-	-	-
7.	Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD	Liczba osób, która wzięła udział w spotkaniach	80	-	80	-	-	-

8.	Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) konkursu w każdej gminie LGD	Liczba osób, która wzięła udział we wszystkich spotkaniach	-	-	-	80	-	-
9.	Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD	Ilość rozdysponowanych ulotek	2 853	2 853	5 706	2 853	-	-
10.	Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej	Liczba wydanych biuletynów	600	-	600	-	-	-
11.	Informacja i doradztwo w siedzibie LGD	Liczba osób korzystająca z doradztwa	185	185	-	-	-	-
12.	Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną	Liczba osób	57	57	-	-	-	-
13.	Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów	Ilość osób uczestniczących w szkoleniach	-	-	-	20	-	-
14.	Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców	Liczba wypełnionych i zwróconych ankiet	-	50% wnioskodawców	50% wnioskodawców	-	50% wnioskodawców	-
15.	Materiał informacyjny w prasie obejmującej obszar LSR	Potencjalna liczba odbiorców	5 706	5 706	5 706	5 706	-	-

Źródło: Opracowanie własne