

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

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

		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"> <li>- Artykuły na stronie internetowej LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym.</li> <li>- Przekazywanie informacji przez newslettera.</li> </ul>	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktualizacja dokumentu dostosowana do potrzeb grup docelowych,</li> <li>- poznanie aktualnych potrzeb i problemów,</li> <li>- dostosowanie elementów LSR do bieżącej sytuacji społeczno-gospodarczej grup docelowych.</li> </ul>

*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 udzielonych porad w ramach 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*