Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2025

Cel komunikacji	Nazwa działania	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Działania i środki przekazu	Wskaźniki (ogółem)		Budżet	Oczekiwany efekt	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Informowanie o realizacji i zakresie LSR	Kampania **informacyjna o LSR**	Mieszkańcy obszaru LGD	Ogłoszenie na tablicach informacyjnych w miejscowościach	Liczba miejsc umieszczenia informacji	60	bezkosztowe	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu. Wykreowanie ciekawych projektów / pomysłów możliwych do wdrożenia	Badanie mieszkańców obszaru LGD na temat wiedzy o LSR
			Newsletter	Liczba adresów email do których wysłano informację	60	bezkosztowe		
			Doradztwo w biurze LGD	Liczba udzielonych porad	60	bezkosztowe		
			Artykuł na stronie internetowej LGD	Liczba artykułów	1	bezkosztowe		
			Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów	1	bezkosztowe		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkanie informacyjno-szkoleniowe **przy każdym naborze wniosków**	Potencjalni beneficjenci	Spotkanie informacyjno-szkoleniowe	Liczba uczestników	20 uczestników	4000 zł x 4 nabory = 16 000 zł	Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji.	Badanie ankietowe uczestników

Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	**Konsultacje** podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania (przy każdym naborze wniosków)	Wszyscy beneficjenci i wnioskodawcy	Doradztwo indywidualne	Liczba osób którym udzielono doradztwa	10	bezkosztowe	Podniesienie wiedzy potencjalnych beneficjentów nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Ewidencja udzielonego doradztwa
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o planowanych naborach wniosków	Kampania informacyjna **nt. terminów naborów wniosków** (przy każdym naborze wniosków)	Potencjalni wnioskodawcy	Artykuł na stronie internetowej LGD	Liczba artykułów	1	bezkosztowe	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia
			Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów	1	bezkosztowe		
			Newsletter	Liczba adresów email do których wysłano informację	60	bezkosztowe		
			Ulotka informacyjna	Liczba wydanych/ rozdystrybuowanych ulotek	160	bezkosztowe		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD	Kampania informacyjna dotycząca **obowiązków komunikacyjnych beneficjentów** EFSI	Potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD	Liczba odwiedzin artykułu na stronie	300	bezkosztowe	Spełnienie wymagań przez beneficjentów i budowanie wizerunku LGD	Monitoring oglądalności strony LGD

przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR								
Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej **oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD**	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Liczba otrzymanych ankiet	50	bezkosztowe	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikcyjnych	Badanie ankietowe uczestników