

## HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI

Term in	Cel szczegółowy	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki działań komunikacyjnych	Budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR	Planowane efekty działań komunikacyjnych
<b>II poł. 2016 r.</b>	Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie realizacji projektów. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach lokalnej strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji.	Kampania informacyjna	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności <i>grupy defaworyzowane, które uzyskają wsparcie w ramach LSR</i>	- szkolenia sektorowe, warsztaty - informacje zamieszczone na stronie <a href="http://www.partnerstwowroju.pl">www.partnerstwowroju.pl</a> - konsultacje i doradztwo świadczone przez pracowników biura - ogłoszenie na tablicy informacyjnej - artykuły/ogłoszenia w prasie lokalnej - ulotka informacyjna - plakaty o naborach - <i>ogłoszenie w LGD, JST, PUP, OPS, OWES w zakresie działań skierowanych do grup defaworyzowanych</i>	- liczba szkoleń/warsztatów - 12 - liczba uczestników szkoleń/warsztatów - 120 - liczba udzielonych konsultacji - 50 - liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej LGD - 5 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 5 - liczba artykułów/ogłoszeń w prasie lokalnej – 2 - liczba ulotek informacyjnych – 12.000 - liczba plakatów o naborach - 120 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych, w tym w <i>JST, PUP, OPS, OWES w zakresie działań skierowanych do grup defaworyzowanych</i> - 5	<b>9.906,99</b>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwości ubiegania się o pomoc finansową, pomoc przy złożeniu wniosku do LGD, udzielenie informacji o dalszej procedurze udzielania wsparcia i jego rozliczenia. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów oceny zgodności z LSR). <i>Dotarcie z informacją do grup defaworyzowanych.</i> Poszerzenie wiedzy wszystkich mieszkańców obszaru nt. dostępnych środków wsparcia.

	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD oraz jakości działań animacyjnych pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)	Badanie satysfakcji w zakresie jakości usług doradczych LGD oraz działań animacyjnych	- potencjalni wnioskodawcy - mieszkańcy obszaru LSR	- ankieta papierowa badania satysfakcji po przeprowadzonych szkoleniach/warsztatach - ankieta papierowa jakości udzielonego doradztwa	- ilość wypełnionych ankiet przez uczestników szkoleń, warsztatów – 100%, - ilość ankiet wypełnionych przez beneficjentów konsultacji – 50%	-	Zebranie opinii dotyczących satysfakcji wnioskodawców z pomocy udzielanej przez LGD, a także identyfikacja ewentualnych problemów.
<b>I poł. 2017 r.</b>	Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie realizacji projektów.	Kampania informacyjna	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności <i>grupy defaworyzowane, które uzyskują wsparcie w ramach LSR</i>	- konsultacje i doradztwo świadczone przez pracowników biura	- liczba udzielonych konsultacji - 20	-	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwości ubiegania się o pomoc finansową, pomoc przy złożeniu wniosku do LGD, udzielenie informacji o dalszej procedurze udzielania wsparcia i jego rozliczenia. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów oceny zgodności z LSR). <i>Dotarcie z informacją do grup defaworyzowanych.</i> Poszerzenie wiedzy wszystkich mieszkańców obszaru nt. dostępnych środków wsparcia.
<b>II poł. 2017 r.</b>	Promocja LGD i LSR, integracja i aktywizacja społeczności lokalnej z uwzględnieniem jej trójsektorowości, w celu efektywnego wdrożenia środków dostępnych LSR	Kampania promocyjno-aktywizacyjna	- członkowie LGD, mieszkańcy obszaru LGD, przedsiębiorcy, NGO, lokalni liderzy, samorządowcy	- konkursy - gadzety promocyjne	- liczba konkursów – 1 - ilość gadżetów - 1460	<b>6054,44</b>	Integracja i aktywizacja społeczności lokalnej, wymiana informacji pomiędzy zaangażowanymi podmiotami, wzrost rozpoznawalności LGD

	<p>Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD oraz jakości działań animacyjnych pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)</p>	<p>Badanie satysfakcji w zakresie jakości usług doradczych LGD oraz działań animacyjnych</p>	<p>- potencjalni wnioskodawcy - wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR - mieszkańcy obszaru LSR</p>	<p>- ankieta papierowa badania satysfakcji po przeprowadzonych szkoleniach/warsztatach - ankieta papierowa jakości udzielonego doradztwa - ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców - ankieta zamieszczona na stronie internetowej LGD</p>	<p>- liczba szkoleń poddziałania 19.2 w zakresie podejmowania działalności gospodarczej o zobowiązaniach wynikających z umowy o przyznania pomocy, przygotowanie WOP. / poddziałania 19.2 z wyłączeniem projektów grantowych oraz operacji w zakresie podejmowania działalności gospodarczej o zobowiązaniach wynikających z umowy o przyznania pomocy, zasad konkurencyjności, przygotowanie WOP-2 - liczba uczestników szkoleń/warsztatów -12 - ilość wypełnionych ankiet przez uczestników szkoleń, warsztatów – 100%, - ilość ankiet wypełnionych przez beneficjentów konsultacji – 50% - ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów) - wypełnienie ankiety ze strony internetowej przez min. 1% mieszkańców obszaru</p>	<p><b>2000,00</b></p>	<p>Poinformowanie Beneficjentów o poddziałania 19.2 w zakresie podejmowania działalności gospodarczej o zobowiązaniach wynikających z umowy o przyznania pomocy, przygotowanie WOP. / Poinformowanie Beneficjentów o poddziałania 19.2 z wyłączeniem projektów grantowych oraz operacji w zakresie podejmowania działalności gospodarczej o zobowiązaniach wynikających z umowy o przyznania pomocy, zasad konkurencyjności, przygotowanie WOP.</p> <p>Zebranie opinii dotyczących satysfakcji wnioskodawców z pomocy udzielanej przez LGD, a także identyfikacja ewentualnych problemów.</p>
--	--	--	--	---	---	-----------------------	---

I poł. 2018 r.	Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie realizacji projektów.	Kampania informacyjna	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności grupy defaworyzowane, które uzyskają wsparcie w ramach LSR	- szkolenia sektorowe, warsztaty - informacje zamieszczone na stronie www.partnerstwowrozwoju.pl - konsultacje i doradztwo świadczone przez pracowników biura - ogłoszenie na tablicy informacyjnej - artykuły/ogłoszenia w prasie lokalnej - ulotka informacyjna - plakaty o naborach - ogłoszenie w LGD, JST, PUP, OPS, OWES w zakresie działań skierowanych do grup defaworyzowanych	- liczba szkoleń/warsztatów – 10 - liczba uczestników szkoleń/warsztatów -93 - liczba udzielonych konsultacji - 60 - liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej LGD - 6 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 3 - liczba artykułów/ogłoszeń w prasie lokalnej – 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych, w tym w JST, PUP, OPS, OWES w zakresie działań skierowanych do grup defaworyzowanych - 6	13000,00	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwości ubiegania się o pomoc finansową, pomoc przy złożeniu wniosku do LGD, udzielenie informacji o dalszej procedurze udzielania wsparcia i jego rozliczenia. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów oceny zgodności z LSR). <i>Dotarcie z informacją do grup defaworyzowanych.</i> Poszerzenie wiedzy wszystkich mieszkańców obszaru nt. dostępnych środków wsparcia.
	Promocja LGD i LSR, integracja i aktywizacja społeczności lokalnej z uwzględnieniem jej trójsektorowości, w celu efektywnego wdrożenia środków dostępnych LSR	Kampania promocyjno-aktywizacyjna	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności grupy defaworyzowane	- konkursy - newsletter dla członków LGD i osób zainteresowanych	- liczba konkursów – 1 - liczba wydań biuletynu (newsletter) LGD - 18	16000,00	Integracja i aktywizacja społeczności lokalnej, wymiana informacji pomiędzy zaangażowanymi podmiotami, wzrost rozpoznawalności LGD
II poł.	Promocja LGD i LSR, integracja i aktywizacja społeczności lokalnej z uwzględnieniem jej trójsektorowości, w celu efektywnego wdrożenia środków dostępnych LSR	Wymiana doświadczeń	członkowie LGD, mieszkańcy obszaru LGD, przedsiębiorcy, NGO, lokalni liderzy, samorządowcy	- wizyta studyjna (wyjazd integracyjny)	- liczba wyjazdów studyjnych – 1	33000,00	Integracja i aktywizacja społeczności lokalnej, wymiana informacji pomiędzy zaangażowanymi podmiotami. Sieciowanie przedstawicieli różnych sektorów i grup wsparcia z uwzględnieniem grup defaworyzowanych

2018 r.	Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie realizacji projektów.	Kampania informacyjna	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności grupy defaworyzowane, które uzyskają wsparcie w ramach LSR	- konsultacje i doradztwo świadczone przez pracowników biura	- liczba udzielonych konsultacji - 30	-	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwości ubiegania się o pomoc finansową, pomoc przy złożeniu wniosku do LGD, udzielenie informacji o dalszej procedurze udzielania wsparcia i jego rozliczenia. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów oceny zgodności z LSR). <i>Dotarcie z informacją do grup defaworyzowanych.</i> Poszerzenie wiedzy wszystkich mieszkańców obszaru nt. dostępnych środków wsparcia.
	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD oraz jakości działań animacyjnych pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)	Badanie satysfakcji w zakresie jakości usług doradczych LGD oraz działań animacyjnych	- potencjalni wnioskodawcy - wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR - mieszkańcy obszaru LSR	- ankieta papierowa badania satysfakcji po przeprowadzonych szkoleniach/warsztatach - ankieta papierowa jakości udzielonego doradztwa - ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców - ankieta zamieszczona na stronie internetowej LGD	- ilość wypełnionych ankiet przez uczestników szkoleń, warsztatów – 100%, - ilość ankiet wypełnionych przez beneficjentów konsultacji – 50% - ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów) - wypełnienie ankiety ze strony internetowej przez min. 1% mieszkańców obszaru	-	Zebranie opinii dotyczących satysfakcji wnioskodawców z pomocy udzielanej przez LGD, a także identyfikacja ewentualnych problemów.

	<p>Promocja LGD i LSR, integracja i aktywizacja społeczności lokalnej z uwzględnieniem jej trójsektorowości, w celu efektywnego wdrożenia środków dostępnych LSR</p>	<p>Kampania promocyjno-aktywizacyjna</p>	<p>- członkowie LGD, mieszkańcy obszaru LGD, przedsiębiorcy, NGO, lokalni liderzy, samorządowcy</p>	<p>- realizacja/uczestnictwo w wydarzeniach promocyjnych związanych z obszarem LSR - spotkania informacyjne i szkoleniowe - newsletter dla członków LGD i osób zainteresowanych</p>	<p>- liczba wydarzeń promocyjnych – 6 - liczba spotkań - 1 - liczba wydań biuletynu (newsletter) LGD – 6  - liczba gadżetów - 1000</p>	<p><b>19093,01</b>  <b>6 945,56</b></p>	<p>Integracja i aktywizacja społeczności lokalnej, wymiana informacji pomiędzy zaangażowanymi podmiotami.</p>
--	--	--	---	---	--	---	---