

Załącznik nr 5 do Lokalnej Strategii Rozwoju - Plan komunikacji

Aktualizacja: 15 lutego 2021 r.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego i środki przekazu	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Wskaźniki	Planowane efekty	Analiza efektywności	Opis wniosków/opinii
II poł. 2016	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014- 2020: - artykuły w prasie lokalnej - imprezy lokalne (uczestnictwo LGD) - ulotki	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba imprez w których uczestniczyła LGD - 2 - liczba wydanych ulotek - 250	liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR – min. 5000	Badanie monitoringowe wyznaczonych wskaźników oceny skuteczności działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Wynik przeprowadzonego działania komunikacyjnego będzie upubliczniony za pomocą internetowych środków przekazu. Publikacja zestawienia końcowego na stronie internetowej LGD
II poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014- 2020: - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOKi) - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - spotkania	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - 5 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 5 - liczba wejść na stronę internetową LGD – min. 500 - liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami - 1	liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR – min. 5000	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Wynik przeprowadzonego działania komunikacyjnego będzie upubliczniony za pomocą internetowych środków przekazu. Publikacja zestawienia końcowego na stronie internetowej LGD

II poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru projektów przez LGD: - prezentacje pracowników biura w trakcie spotkań - ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami - 5 - liczba ulotek do rozdysponowania na jednym spotkaniu - 50	liczba osób poinformowanych o zasadach oceniania i wyboru projektów – min. 250	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Wynik przeprowadzonego działania komunikacyjnego będzie upubliczniony za pomocą internetowych środków przekazu. Publikacja zestawienia końcowego na stronie internetowej LGD Ewentualne zalecenia do aktualizacji LSR czy procedur
I poł. 2017	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy: - ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Wynik przeprowadzonego działania komunikacyjnego będzie upubliczniony za pomocą internetowych środków przekazu. Publikacja zestawienia końcowego na stronie internetowej LGD Ewentualne zalecenia dla pracowników LGD świadczących doradztwo, zaplanowanie dodatkowego

							przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej
I poł. 2018	Ponowne poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia w kolejnych latach realizacji budżetu LSR. Ponowne przekazanie informacji o możliwości aplikowania.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014- 2020 oraz o dalszej możliwości aplikowania: - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK) - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - spotkania informacyjno-konsultacyjne LGD z mieszkańcami	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - 5 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 5 - liczba wejść na stronę internetową – min. 500 - liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami - 5	liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR – min. 5000	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Wynik przeprowadzonego działania komunikacyjnego będzie upubliczniony za pomocą internetowych środków przekazu. Publikacja zestawienia końcowego na stronie internetowej LGD
II poł. 2018	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR oraz wstępnych efektach	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014- 2020 oraz jej efektów: - artykuły w prasie lokalnej - imprezy lokalne (uczestnictwo LGD) - ulotki	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba artykułów na stronie internetowej LGD i/lub partnerów LGD oraz portalach społecznościowych - 4; - liczba prezentacji dobrych praktyk w ramach wdrażania LSR udostępnionych na	liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR oraz efektach – min. 5000	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Wynik przeprowadzonego działania komunikacyjnego będzie upubliczniony za pomocą internetowych środków przekazu. Publikacja zestawienia

				stronie internetowej LGD i w mediach społecznościowych – 4: - liczba wydanych ulotek - 500			końcowego na stronie internetowej LGD
I poł. 2019	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych). Ponowne przekazanie informacji o możliwości aplikowania. Wsparcie beneficjentów w realizacji operacji.	Spotkania nt zasad oceniania, wyboru i realizacji operacji: - prezentacje pracowników biura w trakcie spotkań - ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru - beneficjenci poddziałania 19.2 realizujący operacje w ramach LSR	- liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami – 1 szt. - liczba spotkań informacyjno konsultacyjnych z beneficjentami – 1 szt. - liczba ulotek do rozdysponowania na jednym spotkaniu – min. 20 szt.	- liczba osób uczestniczących w spotkaniach - min. 20	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom. Badanie ankietowe oceniające jakość przeprowadzonych spotkań	Wynik przeprowadzonego badania monitoringowego i ankietowego zostanie uwzględniony w corocznym raporcie z monitoringu i ewaluacji. Wnioski z badania ankietowego dotyczącego jakości spotkań zostaną wykorzystane podczas realizacji kolejnych działań komunikacyjnych
II poł. 2019	Przekazanie potencjalnym wnioskodawcom wiedzy z zakresu opracowania dokumentacji aplikacyjnej w poddziałaniu 19.2	Szkolenia dla wnioskodawców. Środki przekazu: prezentacje pracowników biura, materiały szkoleniowe i informacyjne, skrypty.	Potencjalni wnioskodawcy – mieszkańcy obszaru LGD, przedstawiciele instytucji i organizacji działających na obszarze LGD	- liczba szkoleń - 3 szt.	- liczba osób biorących udział w szkoleniach – 40	Monitoring osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego. Ankieta oceniająca jakość przeprowadzonych szkoleń.	Wnioski z monitoringu i badania ankietowego zostaną uwzględnione w corocznym raporcie z monitoringu i ewaluacji. Wnioski z badania

							ankietowego dotyczącego jakości szkoleń zostaną wykorzystane podczas realizacji kolejnych działań komunikacyjnych
I poł. 2020	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwości ubiegania się o dofinansowanie w ramach LSR, przekazanie informacji dotyczących zasad i warunków wsparcia	Spotkanie informacyjne dla wnioskodawców. Środki przekazu: materiały informacyjne, prezentacja multimedialna	Potencjalni wnioskodawcy – mieszkańcy obszaru LGD, przedstawiciele instytucji i organizacji działających na obszarze LGD	- liczba spotkań – 1 szt.	- liczba osób biorących udział w spotkaniu – min. 20	- anonimowa ankieta skierowana do uczestników spotkania dotycząca przydatności pozyskanych na spotkaniu informacji	Wnioski z analizy ankiet zostaną wykorzystane do przygotowania kolejnych spotkań i materiałów informacyjnych
I poł. 2020	Uzyskanie informacji zwrotnej nt oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD w kolejnych konkursach	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy. Ocena wdrożenia wniosków z wcześniej pozyskanej informacji zwrotnej:	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety wypełnione przez 100 % wnioskodawców korzystających z usług doradczych	- udział w badaniu 100 % wnioskodawców korzystających z usług doradczych	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Analiza wniosków z ankiet będzie podstawą do ewentualnych zaleceń dla pracowników LGD świadczących doradztwo, zaplanowanie dodatkowego przeszkolenia osób

		- ankiety wypełniane przez wnioskodawców po zakończeniu usługi doradczej					udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej
II poł. 2020	Poinformowanie ogółu mieszkańców o efektach wdrażania LSR	Kampania informacyjna nt głównych efektów wdrażania LSR na lata 2014- 2020: - artykuły w prasie lokalnej - publikacja o efektach wdrażania LSR - prezentacja dobrych praktyk na stronie internetowej LGD oraz w mediach społecznościowych	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba wydanych publikacji – 1 szt. w nagładzie 500 egz. - liczba prezentacji dobrych praktyk – 4 szt.	- liczba osób poinformowanych o efektach LSR – min. 5000	Badanie skuteczności kampanii informacyjnej - badanie ankietowe odbiorców działań komunikacyjnych (liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD – min. 50)	Wynik przeprowadzonego badania skuteczności kampanii informacyjnej w formie raportu będzie udostępniony na stronie LGD oraz będzie stanowił podstawę do opracowania kolejnych działań komunikacyjnych w zakresie informowania.
I poł. 2021	Poinformowanie społeczności lokalnej o działaniach realizowanych przez LGD oraz o celach ogólnych i szczegółowych LSR	Kampania informacyjna: - publikacje artykułów tematycznych na stronie internetowej LGD i w mediach społecznościowych	- mieszkańcy obszaru LGD	- liczba artykułów na stronie internetowej LGD - 6 szt. - liczba opublikowanych postów w mediach społecznościowych - 6 szt.	- liczba osób poinformowanych o działaniach realizowanych przez LGD oraz o celach ogólnych i szczegółowych LSR – min. 5000	Analiza liczby użytkowników i odsłon strony internetowej, analiza liczby wyświetleń, reakcji, komentarzy i udostępnień postów w mediach społecznościowych	Wnioski z analizy pozwolą określić skuteczność internetowych środków komunikacji oraz dadzą odpowiedź na pytanie czy zostały osiągnięte planowane efekty. W przypadku braku założonego efektu podjęte zostaną działania dywersyfikujące kanały komunikacji.

II poł. 2021	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwości ubiegania się o dofinansowanie w ramach LSR, przekazanie informacji dotyczących zasad i warunków wsparcia	Spotkanie informacyjne dla wnioskodawców. Środki przekazu: materiały informacyjne, prezentacja multimedialna Publikacja na stronie internetowej LGD informacji nt zasad i warunków wsparcia, celach ogólnych i szczegółowych LSR oraz realizacji i rozliczania operacji	Potencjalni wnioskodawcy – mieszkańcy obszaru LGD, przedstawiciele instytucji i organizacji działających na obszarze LGD	- liczba spotkań – 1 szt. - liczba publikacji artykułów informacyjnych na stronie internetowej LGD – 3 szt.	- liczba osób biorących udział w spotkaniu – min. 20 - liczba odbiorców artykułów informacyjnych – min. 500	- anonimowa ankieta skierowana do uczestników spotkania i odbiorców treści artykułów dotycząca przydatności pozyskanych na informacji	Wnioski z analizy ankiet zostaną wykorzystane do przygotowania kolejnych spotkań i materiałów informacyjnych
I poł. 2022	Uzyskanie informacji zwrotnej nt oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD w ramach prowadzonych naborów wniosków	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy. Ocena wdrożenia wniosków z wcześniej pozyskanej informacji zwrotnej: - ankiety wypełniane przez wnioskodawców po zakończeniu usługi doradczej	- wnioskodawcy biorący udział w prowadzonych naborach wniosków	- ankiety wypełnione przez 100 % wnioskodawców korzystających z usług doradczych	- udział w badaniu 100 % wnioskodawców korzystających z usług doradczych	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania komunikacyjnego	Analiza wniosków z ankiet będzie podstawą do ewentualnych zaleceń dla pracowników LGD świadczących doradztwo, zaplanowanie dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej
II poł. 2022	Prezentacja efektów wdrażania LSR w latach 2016 – 2022	Kampania informacyjna: - produkcja filmu promocyjnego prezentującego zrealizowane projekty w	- mieszkańcy obszaru LGD	- liczba wyprodukowanych filmów promocyjnych – 1 szt.	- liczba osób poinformowanych o efektach wdrażania LSR (odbiorcy filmu) – min. 10 000	Badanie skuteczności kampanii informacyjnej - badanie ankietowe	Wynik przeprowadzonego badania skuteczności kampanii informacyjnej

		różnych zakresach tematycznych				odbiorców działań komunikacyjnych (liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD – min. 50)	będzie stanowił podstawę do opracowania kolejnych działań komunikacyjnych w zakresie informowania.
--	--	-----------------------------------	--	--	--	--	--