

Załącznik nr 5: Plan komunikacji

GRUPA DOCELOWA: OSOBY PROWADZĄCE DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ lub PLANUJĄCE ZAŁOŻYĆ DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty	Analiza efektywności	Budżet
przed każdym naborem	Poinformowanie o interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD	Spotkania nt. zasad oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, osoby poniżej 35 r.ż. oraz powyżej 50 r.ż. i osoby, osoby z niepełnosprawnością, które chcą rozwinąć lub założyć działalność gospodarczą	a) prezentacje dotyczące karty i sposobu oceny b) ulotki informacyjne w tym w OPS c) punkt informacyjny w Urzędzie Pracy	-a) 20 osób uczestnicy warsztatów w siedzibie LGD (2 spotkania) b) wydanie 500 sztuk ulotek informacyjnych (raz do roku) c) 10 osób, które skorzystały z porady	zwiększenie wiedzy uczestników o naborze prowadzonym przez LGD (ankieta ex-ante i ex-post) Rozpropagowanie materiałów informacyjnych wśród 15 Gmin + Powiat wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez grupy defaworyzowane	w przypadku braku osiągnięcia założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowej	a) 200 zł b) 400 zł
jednorazowo	Prezentacja możliwości rozwoju działalności gospodarczej	Prezentacja dobrych praktyk	osoby które chcą rozwinąć lub założyć działalność gospodarczą w tym grupy defaworyzowane	wyjazd na targi o zasięgu europejskim	30 uczestników wyjazdu prowadzących lub mając zamiar założyć działalność gospodarczą	przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy	j/w	10 000 zł

GRUPA DOCELOWA: JEDNOSTKI SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty	Analiza efektywności	Budżet
przed każdym naborem	Poinformowanie o interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD	Spotkania nt. zasad oceny i wyboru operacji przez LGD	jsst	doradztwo indywidualne (telefon, mail, konsultacje)	5 udzielonych porad	podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów	w przypadku braku osiągnięcia założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowej	bezkosztowo

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty	Analiza efektywności	Budżet
w 2017 i 2019	Prezentacja możliwości rozwoju jst	Prezentacja dobrych praktyk	a) osoby decyzyjne w Urzędach Gmin b) pracownicy ośrodków kultury oraz bibliotek	a) wizyta studyjna w celu prezentacji dobrych praktyk na podstawie działań zrealizowanych przez samorzady b) wizyta studyjna celu prezentacji dobrych praktyk na podstawie działań zrealizowanych przez domy kultury bądź biblioteki	a) 15 uczestników wyjazdu b) 15 uczestników wyjazdu	przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy	j/w	a) 3000 zł b) 3000 zł
przed pierwszym naborem i każdorazowo w sytuacji wprowadzania zmian dotyczących procedur aplikowania	Poinformowanie o możliwości wsparcia beneficjentów UP i OPS	Spotkanie nt. działań prowadzonych przez LGD	spotkanie dla pracowników UP i OPS	spotkanie informacyjne	15 uczestników spotkania	wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane	j/w	500 zł

GRUPA DOCELOWA: OPP, KOŚCIOŁY I ZWIĄZKI WYZNANIOWE, STOWARZYSZENIA, FUNDACJE I JEDNOSTKI ORGANIZACYJNE NIEPOSIAJĄCE OSOBOWOŚCI PRAWNEJ

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty	Analiza efektywności	Budżet
przed każdym naborem	Poinformowanie o interpretacji poszczególnych kryteriów oceny stosowanych przez radę LGD	Spotkania nt. zasad oceny i wyboru operacji przez LGD	organizacje pożytku publicznego, kościoły i związki wyznaniowe, stowarzyszenia, fundacje i jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej	a) spotkanie informacyjne b) doradztwo indywidualne (telefon, mail, konsultacje, komunikatory) c) Kampania informacyjna nt. wsparcia osób z grup defaworyzowanych	10 udzielonych porad 3 spotkania (na terenie obszaru)	podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane	w przypadku braku osiągania założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowej	Bezkosztowo

DZIAŁANIA WSPÓLNE SKIEROWANE DO WSZYSTKICH WYŻEJ WYMENIOWYCH GRUP DOCELOWYCH

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty	Analiza efektywności	Budżet
jednorazowo, tylko na początku nowego okresu	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym grupy defaworyzowane: osoby bezrobotne, osoby poniżej 35 r.ż. oraz powyżej 50 r.ż. i osoby, osoby z niepełnosprawnością	a) artykuł na stronach internetowych LGD oraz gmin na obszarze b) informacje na portalach społecznościowych LGD oraz gmin na obszarze c) ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych d) biuletyn LGD	a) umieszczenie artykułów na 5 stronach internetowych / portalach społecznościowych b) 5 ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych c) wydanie 300 sztuk broszury	podniesienie wśród potencjalnych beneficjentów poziomu wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane wzrost partycypacji lokalnej społeczności w realizacji LSR	w przypadku braku osiągnięcia założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowej	a) bezkosztowo b) bezkosztowo c) bezkosztowo d) 1 500 zł
w czasie naborów	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenia zmian	Badanie satysfakcji wnioskodawców	- wnioskodawcy	anonimowa ankieta podczas składania wniosków dotycząca jakości obsługi (uprzejmość, kompetencje, przejrzystość przekazanych informacji)	- uzyskanie ankiet od 15 wnioskodawców w trakcie każdego naboru	uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków ewentualne korekty działań zgodnie z wynikami ankiet (np. reorganizacja pracy biura, szkolenia dla pracowników)	j/w	c) bezkosztowo

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty	Analiza efektywności	Budżet
15 razy w ciągu roku	Poinformowanie o działalności LGD	Punkt informacyjny LGD	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy	stoisko informacyjne podczas ważnych wydarzeń w gminach	70 osób na liście przeprowadzanych konkursów wiedzy o LGD	zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD	j/w	bezkosztowo
na koniec 2018, 2020 roku oraz na zakończenie wdrażania LSR	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. realizacji LSR	Badanie wnioskodawców	- wnioskodawcy	ankieta ewaluacyjna przeprowadzona drogą elektroniczną lub/i tradycyjną	- zrealizowanych łącznie 100 ankiet	uzyskanie informacji zwrotnej nt. stanu realizacji LSR oraz działalności LGD 3 raporty ewaluacyjne, na podstawie których zostaną dokonane ewentualne aktualizacje LSR lub/i procedur – zgodnie z rekomendacjami	j/w	bezkosztowo
2 razy w okresie programowania	Aktywizacja/animacja społeczności lokalnej	wydarzenia rekreacyjne	- mieszkańcy LGD	a) forum kobiet b) piknik sołtysów c) konkurencje sportowe dla mieszkańców	a) 100 osób b) 300 osób c) 80 osób	a) wzrost integracji wśród mieszkańców b) wzrost integracji wśród mieszkańców c) wzrost integracji wśród mieszkańców	j/w	a) 7000 zł b) 25000 zł c) 5000 zł

00