

## PLAN KOMUNIKACJI

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu (sposób dotarcia do grupy docelowej)	Sposób badanie efektywności i metody	Docelowe efekty działań komunikacyjnych	Wskaźniki
I poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach finansowania projektów w ramach wdrażania LSR, jej głównych założeniach, kryteriach wyboru projektów oraz otrzymanie informacji zwrotnej o poziomie satysfakcji i oczekiwaniach w zakresie przepływu informacji na linii LGD - wnioskodawca	Kampania informacyjna na temat ogólnych założeń LSR	- mieszkańcy obszarów wiejskich w szczególności potencjalni beneficjenci (przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych, sektor ngo) - grupa defaworyzowana (kobiety)	-1 artykuł na stronie internetowej -100 plakatów na tablicach informacyjnych - 1 artykuł na portalu społecznościowym - 1 spotkanie informacyjne - 1 spotkanie z grupą defaworyzowaną (kobiety) wskazujące na działania w LSR preferujące kobiety	- ankieta badanie poziomu satysfakcji i oczekiwań	-przekazanie informacji minimum 500 osobom - udział w spotkaniu informacyjnym 20 osób	- ilość artykułów na stronie i portalu – 1 - ilość plakatów– 100 - ilość spotkań informacyjnych – 1 -ilość spotkań inf. z grupą defaworyzowaną - 1
Lata 2016-2022 (przed każdym planowanym naborem)	Poinformowanie o ogłoszeniu naboru wniosków celem dotarcia do jak najszerszego grona odbiorców	Ogłoszenia w prasie i na stronach internetowych	- potencjalni beneficjenci	- artykuł w prasie –14 sztuk (po1 dla każdego naboru) - ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach internetowych gmin obszaru - rozesłanie 50 maili x 14 naborów = 700	- ankieta o skuteczności ogłoszeń w prasie	Przekazanie informacji minimum 600 osobom	- ilość artykułów w prasie – 14 szt.
Lata 2016-2022 (przed każdym planowanym)	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach przyznawania pomocy w ramach wdrażania LSR,	Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów w przed	- potencjalni beneficjenci w ramach danego naboru z uwzględnieniem	- 1 szkolenie przed każdym naborem – 11 szkoleń – informacja o szkoleniu na stronie internetowej	- ankieta badanie poziomu satysfakcji i oczekiwań	- udział w każdym szkoleniu min. 10 osób ( 11 szkoleń	- ilość szkoleń – 11,

naborem)	ewentualnych zmianach kryteriów wyboru, najczęściej popełnianych błędach, prezentacja formularza wniosku celem zwiększenia szans uzyskania dofinansowania oraz poprawności składanych wniosków	każdym naborem wniosków	grupy defaworyzowanej (kobiety)	LGD, portalu społecznościowym	(interaktywni formularz na stronie OLGD)	= 110 osób, w tym 50 kobiet)	
Cały okres wdrażania LSR	Indywidualne informowanie osób zainteresowanych realizacją projektów w ramach wdrażania LSR celem zachęcenia do składania wniosków	Doradztwo w biurze LGD	-osoby zainteresowane programem	- indywidualne rozmowy w biurze - odpowiedzi na zapytania przesłane drogą mailową - odpowiedzi na zapytania telefoniczne	- ankieta badanie poziomu satysfakcji z udzielonego doradztwa	przekazanie informacji 5 podmiotów przed każdym naborem = 55	- ilość indywidualnych doradztw – 36 - ilość mailowych doradztw -7 - ilość telefonicznych doradztw 36

