

HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 R.

Termin	Cel komunikacji	działanie komunikacyjne	Środki przekazu/ Wskaźnik produktu	Adresaci działania komunikacyjnego	Planowane efekty	informacjezwrotne/Częstotliwość pomiaru/ Analiza efektywności	Wnioski z analizy	Budżet
III KWARTAŁ 2016 rok	Poinformowanie mieszkańców o LSR, jej głównych założeniach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LGD oraz o interpretacjach poszczególnych kryteriów oceny, promocja efektów i plany na przyszłość	Kampania informacyjna/ Spotkania konsultacyjno – doradcze/ Konferencja/	Ogłoszenia na stronach internetowych – 10 Ogłoszenia na portalach społecznościowych – 1; Plakaty (100), Ulotki (1000), Roll-upy (2), ścianka promocyjna (1), Konkursy – 1; Doradztwo -20, Spotkania konsultacyjno –4 (40 osób);	mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, ludzie młodzi do 34 r.ż., osoby po 50 r.ż., przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe	Komunikaty trafią do – 4000 osób a następnie wnioski zostaną złożone na min. alokację ogłoszonego naboru.	Pozyskiwanie informacji zwrotnych : ankiety satysfakcji ankieta oceny organizowanych spotkań i szkoleń Częstotliwość pomiaru: na bieżąco Analiza efektywności: będzie przeprowadzona w pierwszym kwartale 2017	Wnioski z przeprowadzonej analizy zostaną poddane ocenie przez Zarząd , który wskaże działania naprawcze lub zatwierdzi skuteczność kampanii informacyjnej. Raport zostanie upowszechniony na stronie www LGD	25 000
IV KWARTAŁ 2016 rok			Ogłoszenia w prasie - 2 Materiały promocyjne – 2000 , Konkursy - 1; Informacje do Lokalnych liderów - 200 pism; Doradztwo - 25 osób; Spotkania konsultacyjno – 2 (20 osób); Forum Gospodarcze – 1 (100 osób)					