

HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA 2020 R.

(z dnia 28.09.2020 r.)

Termin	Cel komunikacji	Działania komunikacyjne	Środki przekazu/Wskaźnik produktu	Adresaci działania komunikacyjnego	Planowane efekty	Informacje zwrotne/Częstotliwość pomiaru/Analiza efektywności	Wnioski z analizy	Budżet
I KWARTAŁ 2020 ROK (sty - marz)	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w latach 2016 – 2020 oraz pozyskanie informacji od mieszkańców obszaru o rozpoznawalności LGD na obszarze realizacji LSR, promocja efektów i plany na przyszłość	Kampania informacyjna/ Ankieta/ Konferencja	Konkursy dla mieszkańców -1 Doradztwo– 15 osób Przeprowadzona ankieta rozpoznawalności LGD wśród mieszkańców i wnioskodawców – 500 ankiet rozesyłanych do mieszkańców obszaru/ zwrot na poziomie 30 %	Mieszkańcy obszaru LGD potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, młodzi, osoby po 50 roku życia, przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe	Liczba odbiorców działań informacyjnych – 5000 zwrot ankiety na poziomie min 30 %	Pozyskiwanie informacji zwrotnych ankiety satysfakcji ocena organizowanych spotkań Częstotliwość pomiaru: na bieżąco Analiza efektywności: przeprowadzona w pierwszym kwartale 2021. Wyniki z ankiety pozwolą ocenić czy cel dot. zbudowania spójnego i pozytywnego wizerunku LGD został osiągnięty	Wnioski z przeprowadzonej analizy zostaną poddane ocenie przez Zarząd, który wskaże konieczne działania naprawcze lub zatwierdzi skuteczność przeprowadzonej kampanii informacyjnej/ Do przeprowadzenia badania zostanie wybrany ekspert	5 000
II KWARTAŁ 2020 ROK (kw – czer)			-					
III KWARTAŁ 2020 rok (lip – wrz)			-					
IV KWARTAŁ 2020 ROK (paź – gru)			Informacje do Lokalnych liderów-200 pism. Forum Gospodarcze –1 (100 os.) Konkursy dla mieszkańców -2 Artykuł w prasie – 1 szt. Przeprowadzona ankieta rozpoznawalności LGD wśród mieszkańców i wnioskodawców – 1500 ankiet rozesyłanych do mieszkańców obszaru/ zwrot na poziomie 30 %					