

HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA 2021 R.

(z dnia 26.10.2021 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 w €
I KWARTAŁ 2021 ROK (sty -marz)	Pozyskanie informacji od mieszkańców obszaru o rozpoznawalności LGD na obszarze realizacji LSR, promocja efektów i plany na przyszłość	Kampania informacyjna/ Ankieta	Przeprowadzona ankieta rozpoznawalności LGD wśród mieszkańców i wnioskodawców – 375 ankiet rozesłanych do mieszkańców obszaru/ zwrot na poziomie 30 %	Mieszkańcy obszaru LGD potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, młodzież, osoby po 50 roku życia, przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe	Liczba odbiorców działań informacyjnych – 3 500, zwrot ankiety na poziomie min 30 %	Pozyskiwanie informacji zwrotnych ankiety satysfakcji ocena organizowanych spotkań Częstotliwość pomiaru: na bieżąco Analiza efektywności: przeprowadzona w pierwszym kwartale 2022. 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/	775
II KWARTAŁ 2021 ROK (kw – czer)			Przeprowadzona ankieta rozpoznawalności LGD wśród mieszkańców i wnioskodawców – 375 ankiet rozesłanych do mieszkańców obszaru/ zwrot na poziomie 30 %					
III KWARTAŁ 2021 rok (lip – wrz)			Ogłoszenia na stronach internetowych - 10 Ogłoszenia na portalach społecznościowych- 1 Artykuł w prasie – 1 szt. Informacje do Lokalnych liderów-200 pism. Spotkania konsultacyjno - doradcze – 1 (10 os.) Doradztwo– 15 osób Przeprowadzona ankieta rozpoznawalności LGD wśród mieszkańców i wnioskodawców – 375 ankiet rozesłanych do mieszkańców obszaru/ zwrot na poziomie 30 %					
IV KWARTAŁ 2021 ROK (paź – gru)			Konkursy dla mieszkańców -2 Przeprowadzona ankieta rozpoznawalności LGD wśród mieszkańców i wnioskodawców – 375 ankiet rozesłanych do mieszkańców obszaru/ zwrot na poziomie 30 %					