

HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA 2022/2023 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 2022 ROK (sty -marz)	Poinformowanie mieszkańców o możliwościach pozyskania środków, zasadach przyznania pomocy, dostępnym budżecie. Promocja efektów podejmowanych działań i plany na przyszłość. Monitoring i ewaluacja. Rozliczenie wskaźników i stopnia realizacji LSR.	Kampania informacyjna/ Ankieta/ Konferencja	Ogłoszenia na stronach internetowych – 10 szt. Ogłoszenia na portalach społecznościowych- 1 szt. Ogłoszenia w prasie – 1 szt. Informacje do Lokalnych liderów-200 pism. Spotkania konsultacyjno - doradcze – 2 szt. (20 os.) Doradztwo– 15 osób	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, ludzie młodzi do 34 r.z., osoby po 50 roku życia, przedsiębiorcy, JST, Organizacje pozarządowe	Liczba odbiorców działań informacyjnych – 3 500, zwrot ankiety na poziomie min 30 %	Pozyskiwanie informacji zwrotnych ankietę oceny organizowanych spotkań. Częstotliwość pomiaru: na bieżąco. Analiza efektywności: przeprowadzona w pierwszym kwartale 2023.	Wnioski z przeprowadzonej analizy zostaną poddane ocenie przez Zarząd, który wskaże konieczne działania naprawcze lub zatwierdzi skuteczność przeprowadzonej kampanii informacyjnej. Raport zostanie upowszechniony na stronie www LGD. Do przeprowadzenia badania zostanie wybrany ekspert	775
II KWARTAŁ 2022 ROK (kw – czer)			Forum Gospodarcze –1 szt. (100 os.)					
III KWARTAŁ 2022 rok (lip – wrz)			Ogłoszenia na portalach społecznościowych- 1 szt.					
IV KWARTAŁ 2022 ROK (paź – gru)			Konkursy dla mieszkańców -2 szt.					
I KWARTAŁ 2023 ROK (sty -marz)	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR na lata 2016 – 2020, promocja efektów i plany na przyszłość	Kampania informacyjna/ Konferencja	Artykuły w prasie i na stronie internetowej LGD – 3 szt.	Mieszkańcy obszaru LGD, wnioskodawcy, w szczególności osoby bezrobotne, ludzie młodzi do 34 r.z., osoby po 50 roku życia, przedsiębiorcy, JST, Organizacje pozarządowe	Liczba odbiorców działań informacyjnych – 500	Liczba odwiedzin strony internetowej, lista obecności. Częstotliwość pomiaru: na bieżąco. Analiza efektywności: na bieżąco.	Wnioski z przeprowadzonej analizy zostaną poddane ocenie przez Zarząd, który zatwierdzi skuteczność przeprowadzonej kampanii informacyjnej. Raport zostanie upowszechniony na stronie www LGD	3000
II KWARTAŁ 2023 ROK (kw – czer)			Konferencja podsumowująca -1 szt. (100 os.)					