**Plan komunikacji na 2017 r.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Termin | Cel komunikacji | Nazwa działania komunikacyjnego | Adresaci działania komunikacyjnego | Środki przekazu | Wskaźniki | Ilość | Budżet | Planowane efekty |
| I poł. 2017  (kwiecień i maj) | Podnoszenie wiedzy i kompetencji mieszkańców w zakresie przedsiębiorczości oraz innych podmiotów wsparcia | Spotkania szkoleniowe  (kwiecień i maj) | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru | Prezentacje i wystąpienia ekspertów zewnętrznych | Liczba (wartość) spotkań | 2 | 4200  zł | Liczba osób przeszkolonych/ (w tym liczba osób z grup defaworyzowanych) 40/10 |
| I poł. 2017 | Rozpropagowanie kultury obszaru oraz wzmocnienie więzi mieszkańców z miejscem zamieszkania. Promocja i informowanie o obszarze Lokalnej Grupy Działania – „Gniazdo” | Imprezy kulturalno - integracyjne | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru | - Ulotka informacyjna  - Konkurs wiedzy o LGD  - Promowanie lokalnych wyrobów i tradycji  - Stoisko promocyjne LGD  - Gadżety | Liczba operacji promujących kulturę obszaru, które otrzymały wsparcie | 2 | 10000 zł | Liczba uczestników  200 |
| II poł. 2017 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny, jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej) | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD, dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR | - Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców | - Ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów) | - | - | Zwrot ankiet na poziomie min. 25% |
| Rozpropagowanie kultury obszaru oraz wzmocnienie więzi mieszkańców z miejscem zamieszkania. Promocja i informowanie o obszarze Lokalnej Grupy Działania – „Gniazdo” | Imprezy kulturalno - integracyjne | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru | - Ulotka informacyjna  - Konkurs wiedzy o LGD  - Promowanie lokalnych wyrobów i tradycji  - Stoisko promocyjne LGD  - Gadżety | Liczba operacji promujących kulturę obszaru, które otrzymały wsparcie | 3 | 15000 zł | Liczba uczestników  300 |
| II poł. 2017 | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) | Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru projektów przez LGD oraz informowanie o LSR | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru | Prezentacje i wystąpienia pracowników biura odnośnie zasad oceniania projektów | Liczba (wartość) spotkań | 1 spotkanie informacyjno-szkoleniowe | 500 zł | Liczba poinformowanych osób 250 |
| Ulotka informacyjna wręczana na spotkaniach ze społecznością lokalną | Liczba (wartość) rozdysponowanych  ulotek | 250 | 100 zł |