

Harmonogram planu komunikacji na 2018 r.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki	Ilość	Budżet	Planowane efekty
I poł. 2018 (marzec)	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach oceny i wyboru wniosków w ramach projektów grantowych oraz sposób rozliczania i kontroli tych projektów	Spotkanie szkoleniowe (marzec)	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w głównej mierze organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru i JST	Prezentacje i wystąpienia pracowników biura	Liczba (wartość) spotkań	1	1000 zł	Liczba osób przeszkolonych 20
	Poinformowanie ponownie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia w kolejnych latach realizacji budżetu LSR. Ponowne przekazanie informacji o możliwości aplikowania.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz o dalszej możliwości aplikowania	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba (wartość) artykułów w prasie lokalnej	1	1000	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR oraz efektach dotychczasowych działań 1000
				Artykuły na stronie internetowej LGD	Liczba (wartość) wejść na stronę internetową	1000	0	
				Spoty w lokalnym radiu i telewizji	Liczba (wartość) spotów	1	500	

I poł. 2018	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	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 2018	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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 2018	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR oraz efektach dotychczasowych działań	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz jej efektów	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba (wartość) artykułów w prasie lokalnej	1	1000	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR oraz efektach dotychczasowych działań 1000
				Artykuły na stronie internetowej LGD	Liczba (wartość) wejść na stronę internetową	1000	0	
				Spoty w lokalnym radiu i telewizji	Liczba (wartość) spotów	1	500	