**Harmonogram planu komunikacji na 2019 r.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Termin | Cel komunikacji | Nazwa działania komunikacyjnego | Adresaci działania komunikacyjnego | Środki przekazu | Wskaźniki | Ilość | Budżet | Planowane efekty |
| I poł. 2019 | 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 na stronie internetowej LGD | Liczba (wartość) wejść na stronę internetową | 1000 | 0 | Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR oraz efektach dotychczasowych działań1000 |
| Spoty w lokalnym radiu lub telewizji | Liczba (wartość) spotów | 1 | 500 |
| 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- Stoisko promocyjne LGD- Gadżety | Liczba operacji promujących kulturę obszaru, które otrzymały wsparcie | 1 | 5000 zł | Liczba uczestników100 |
| II poł. 2019 | 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- Stoisko promocyjne LGD- Gadżety | Liczba operacji promujących kulturę obszaru, które otrzymały wsparcie | 1 | 5000 zł | Liczba uczestników100 |
| 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 na stronie internetowej LGD | Liczba (wartość) wejść na stronę internetową | 1000 | 0 | Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR oraz efektach dotychczasowych działań1000 |
| Spoty w lokalnym radiu lub telewizji | Liczba (wartość) spotów | 1 | 500 |
| 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% |