

Plan komunikacji – realizacja – stan na 30.12.2016 r.

Termin	Działanie	Adresaci działania – grupy docelowe	Środki/narzędzia komunikacji	Wskaźniki	Realizacja wskaźników	Planowane efekty	2016
W sposób ciągły w latach 2016-2022	Kampania informacyjno-promocyjna LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- konferencja inauguracyjna LSR	- liczba zaproszonych podmiotów/ osób (50)	- zaproszono 52 osoby	<ul style="list-style-type: none"> • udział w konferencji weźmie co najmniej 50 osób, • informacja o konferencji dotrze co najmniej do 1000 osób, • co trzeci zapytany będzie wiedział o wdrażaniu LSR na obszarze LGD, • co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD 	- w konferencji wzięło udział ok. 95 osób, - Informację o konferencji uzyskało: 414 osób odwiedziło stronę Stowarzyszenia w okresie od dnia umieszczenia informacji o konferencji do dnia jej realizacji, 52 osoby otrzymały imienne zaproszenia do wzięcia udziału w wydarzeniu, 270 członkiń kół gospodyń zostało poinformowanych o możliwości udziału w wydarzeniu (w jego trakcie odbywały się konkursy dla pań), ok. 300 osób zostało poinformowanych o wydarzeniu poprzez plakaty umieszczone w budynku Biura Stowarzyszenia oraz budynku Starostwa Powiatowego w Grodzisku Wielkopolskim. - w okresie od 1 lipca do 31 grudnia 2016 r. 16 osób skorzystało z doradztwa świadczonego przez biura Stowarzyszenia w jego trakcie 8 z nich potwierdziło
			- działania informacyjno - promocyjne	- Liczba działań rocznie (2)	1- banery na stronach: www.rakoniewice.pgo24.pl, www.wielichowo.pgo24.pl, pgo24.pl; 1 – wydruk smyczy		
			- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (25) - liczba wejść na stronę LGD rocznie (1.000)	- 25 komunikatów na www - ponad 18 tys. wejść na www		
			- informacje w mediach lokalnych	- liczba komunikatów w mediach rocznie (3)	1 – komunikat w tygodniku Nasz Dzień po dniu 1 – komunikat w tygodniku Nasz Dzień po dniu 1 – komunikat w tygodniku Nasz Dzień po dniu		
			- spotkania informacyjne i konsultacyjne	- liczba spotkań rocznie (2)	1 – spotkanie 17.11.2016 r. 1 – spotkanie 20.12.2016 r. ----		
			- druk ulotek	- liczba ulotek (1 komplet)	- wydrukowano 1 komplet ulotek		

							wiedzę na temat wdrażania LSR na terenie działania LGD. - na stronę LGD weszło ponad 18 tys. osób.
II połowa 2016	Badanie satysfakcji doboru narzędzi komunikacyjn.	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- e-ankieta	- liczba respondentów (50)	83 respondentów	<ul style="list-style-type: none"> wypełnioną ankietę zwróci co najmniej 50 osób, 75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji, 	<ul style="list-style-type: none"> wypełnioną ankietę zwróciło 83 osoby, 93% respondentów było zadowolonych z realizacji planu komunikacji
Raz do roku w latach 2016-2022	Badanie satysfakcji grup defaworyz.	- przedstawiciele grup defaworyzowanych	- e-ankieta	- liczba respondentów (50)	82 respondentów	<ul style="list-style-type: none"> 75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji, 	<ul style="list-style-type: none"> 95% respondentów było zadowolonych z realizacji planu komunikacji
Raz do roku w latach 2016-2022	Monitoring prowadzonych działań oraz stanu realizacji LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- e-ankieta	- liczba ankiet (70)	100	<ul style="list-style-type: none"> co najmniej 100 osób odeśle wypełnioną ankietę, co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD, 	<ul style="list-style-type: none"> 106 osób wypełniło ankietę 1498 osób weszło na stronę LGD
			- ankieta tradycyjna	- liczba ankiet (50)	6		
			- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (2)	2		
Raz do roku w latach 2016-2022	Badanie efektywności prowadzonych działań	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy)	- e-ankieta	- liczba ankiet (70)	70	<ul style="list-style-type: none"> 75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji. 	<ul style="list-style-type: none"> 83% respondentów było zadowolonych z realizacji planu komunikacji
			- ankieta tradycyjna	- liczba ankiet (50)	4		
			- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (min.1)	1		

		- uczestnicy operacji (wszyscy)					
Przed każdym konkursem w całym okresie 2016-2022	Szkolenia oraz warsztaty z zakresu aplikowania w konkursach LSR	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy w zależności od harmonogramu konkursów	- komunikaty na stronie internetowej	- liczba ogłoszeń (w zależności od liczby konkursów) - liczba wejść na stronę (100)	Nie prowadzono naborów	<ul style="list-style-type: none"> co najmniej 100 osób wejdzie na stronę LGD w poszukiwaniu informacji o konkursach, co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji szkoleń, co czwarty zapytany będzie wiedział o możliwości skorzystania z informacji i doradztwa co najmniej 100 osób przeczyta komunikaty na tablicy ogłoszeń, co najmniej 100 osób odbierze komunikat pocztowy z informacjami o LSR 	Nie prowadzono naborów
			- szkolenia	- liczba szkoleń rocznie (równa l. konkursów)			
			- druk materiałów informacyjnych	- liczba wydrukowanych materiałów (1 komplet)			
			- informacja i doradztwo w biurze LGD	- liczba godzin rocznie (100)			
			- informacja na tablicach informacyjnych, tablicy ogłoszeń, ogłoszenia parafialne	- liczba informacji rocznie (10)			
			- komunikaty przesłane pocztą tradycyjną/ mailową	- liczba wiadomości rocznie (100)			
Przed każdym konkursem w całym okresie 2016-2022	Promocja operacji realizowanych w ramach LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- działania informacyjno - promocyjne	- liczba działań rocznie (2)	Nie prowadzono naborów	<ul style="list-style-type: none"> co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji operacji, co najmniej 500 osób przeczyta ulotki, 	Nie prowadzono naborów
			- broszury promocyjne	- liczba ulotek (1 komplet)			