

### Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2021 rok

Termin realizacji (miesiąc/rok)	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Zakładane / zrealizowane wskaźniki realizacji działania	Planowane / zrealizowane efekty działań komunikacyjnych	Planowany lub poniesiony koszt zadania
W sposób ciągły w latach 2016-2022 (styczeń - grudzień 2021 r.)	Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1, 2, 3, 5,6	Kampania informacyjno-promocyjna LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	-działania informacyjno - promocyjne	- Liczba działań rocznie (2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>co trzeci zapytany będzie wiedział o wdrażaniu LSR na obszarze LGD,</li> <li>co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD</li> </ul>	ok. 3 tys. zł
				- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (25) - liczba wejść na stronę LGD rocznie (1.000)		
				- informacje w mediach lokalnych	- liczba komunikatów w mediach rocznie (3)		
				- spotkania informacyjne i konsultacyjne	- liczba spotkań rocznie (2)		
				- druk ulotek	- liczba ulotek (1 komplet)		
Przed każdym konkursem w całym okresie 2016-2022 (styczeń - grudzień 2021 r., w przypadku ogłoszenia naborów	Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,2,3,5,6	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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób wejdzie na stronę LGD w poszukiwaniu informacji o konkursach,</li> </ul>	ok. 3 tys. zł
				- szkolenia	- liczba szkoleń rocznie (równa l. konkursów)		

<p>na kilka różnych zakresów w tym samym czasie [ta sama data opublikowania ogłoszenia oraz ten sam okres naboru wniosków] traktowane jest to jako jeden konkurs).</p>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- druk materiałów informacyjnych</li> <li>- informacja i doradztwo w biurze LGD</li> <li>- informacja na tablicach informacyjnych, tablicy ogłoszeń, ogłoszenia parafialne</li> <li>- komunikaty przesłane pocztą tradycyjną/ mailową</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- liczba wydrukowanych materiałów (1 komplet)</li> <li>- liczba godzin rocznie (10)</li> <li>- liczba informacji rocznie (10)</li> <li>- liczba wiadomości rocznie (100)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji szkoleń,</li> <li>• co czwarty zapytany będzie wiedział o możliwości skorzystania z informacji i doradztwa</li> <li>• co najmniej 100 osób przeczyta komunikaty na tablicy ogłoszeń,</li> <li>• co najmniej 100 osób odbierze komunikat pocztowy z informacjami o LSR</li> </ul>	
<p>Przed każdym konkursem w całym okresie 2016-2022 (styczeń - grudzień 2021 r., w przypadku ogłoszenia naborów na kilka różnych zakresów w tym</p>	<p>Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,5,6</p>	<p>Promocja operacji realizowanych w ramach LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beneficjenci (wszystkie grupy)</li> <li>- odbiorcy rezultatów (mieszkańcy)</li> <li>- uczestnicy operacji (wszyscy)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- działania informacyjno - promocyjne</li> <li>- broszury promocyjne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- liczba działań rocznie (2)</li> <li>- liczba ulotek (1 komplet)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji operacji,</li> <li>• co najmniej 500 osób przeczyta ulotki,</li> </ul>	<p>ok. 2 tys. zł</p>

<p>samym czasie [ta sama data opublikowania ogłoszenia oraz ten sam okres naboru wniosków] traktowane jest to jako jeden konkurs).</p>							
<p>Raz do roku w latach 2016-2022 (czerwiec – wrzesień 2021 r.)</p>	<p>Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,2,6</p>	<p>Badanie satysfakcji grup defaworyz.</p>	<p>- przedstawiciele grup defaworyzowanych</p>	<p>- e-ankieta</p>	<p>- liczba respondentów (50)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji,</li> </ul>	<p>ok. 1,5 tys. zł</p>
<p>Raz do roku w latach 2016-2022 (czerwiec – wrzesień 2021 r.)</p>	<p>Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,2,3,4,5,6,7</p>	<p>Monitoring prowadzonych działań oraz stanu realizacji LSR</p>	<p>- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)</p>	<p>- e-ankieta  - komunikaty na stronie internetowej</p>	<p>- liczba ankiet (120)  - liczba komunikatów rocznie (2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób odeśle wypełnioną ankietę,</li> <li>co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD,</li> </ul>	<p>ok. 1,5 tys. zł</p>
<p>Raz do roku w latach 2016-2022 (czerwiec – wrzesień 2021 r.)</p>	<p>Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,2,3,4,5,6,7</p>	<p>Badanie efektywności prowadzonych działań</p>	<p>- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)</p>	<p>- e-ankieta  - komunikaty na stronie internetowej</p>	<p>- liczba ankiet (120)  - liczba komunikatów rocznie (min.1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji.</li> </ul>	<p>ok. 1,5 tys. zł</p>