

Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2022 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 2022 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)	- co trzeci zapytany będzie wiedział o wdrażaniu LSR na obszarze LGD, - co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD	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 konkuresem w całym okresie 2016-2022 (styczeń - grudzień 2022 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)	co najmniej 100 osób wejdzie na stronę LGD w poszukiwaniu informacji o konkursach,	ok. 3 tys. zł
				- szkolenia	- liczba szkoleń rocznie (równa l. konkursów)		

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).				- druk materiałów informacyjnych	- liczba wydrukowanych materiałów (1 komplet)	- 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	
				- informacja i doradztwo w biurze LGD	- liczba godzin rocznie (10)		
				- 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 (styczeń - grudzień 2022 r., w przypadku ogłoszenia naborów na kilka różnych zakresów w tym	Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,5,6	Promocja operacji realizowanych w ramach LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- działania informacyjno - promocyjne	- liczba działań rocznie (2)	- co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji operacji, - co najmniej 500 osób przeczyta ulotki,	ok. 2 tys. zł
				- broszury promocyjne	- liczba ulotek (1 komplet)		

samym czasie [ta sama data opublikowania ogłoszenia oraz ten sam okres naboru wniosków] traktowane jest to jako jeden konkurs).							
Raz do roku w latach 2016-2022 (czerwiec – wrzesień 2022 r.)	Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,2,6	Badanie satysfakcji grup defaworyz.	- przedstawiciele grup defaworyzowanych	- e-ankieta	- liczba respondentów (50)	75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji,	ok. 1,5 tys. zł
Raz do roku w latach 2016-2022 (czerwiec – wrzesień 2022 r.)	Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,2,3,4,5,6,7	Monitoring prowadzonych działań oraz stanu realizacji LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- e-ankieta	- liczba ankiet (120)	- co najmniej 100 osób odeśle wypełnioną ankietę, - co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD,	ok. 1,5 tys. zł
				- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (2)		
Raz do roku w latach 2016-2022 (czerwiec – wrzesień 2022 r.)	Zgodnie z rozdziałem 9.2 LSR: I, II, III, IV /1,2,3,4,5,6,7	Badanie efektywności prowadzonych działań	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- e-ankieta	- liczba ankiet (120)	75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji.	ok. 1,5 tys. zł
				- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (min.1)		