Ankieta – Plan komunikacji

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Cel komunikacji | Adresaci działania | Środki przekazu | Wskaźniki środka przekazu  i jego wartość liczbowa | Wskaźnik efektu i jego wartość liczbowa |
| Kampania otwarcia | | | | |
| Poinformowanie o rozpoczęciu wdrażania LSR i LGD | Mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych, lokalne media, lokalni liderzy. | Spotkanie bezpośrednie | 1 konferencja otwarcia | 40 uczestników |
| Radni, kierownicy jednostek organizacyjnych, sołtysi, uczestnicy posiedzeń organów uchwałodawczych gmin i powiatu. | Spotkanie bezpośrednie | 6 prezentacji podczas posiedzeń rad gmin i powiatu | 120 |
| Poinformowanie o podstawowych zasadach wdrażania LSR | Mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych. | Komunikacja masowa | 1 numer Biuletynu LGD  1 audycja radiowa  1 prezentacja elektroniczna | 10 000 osób poinformowanych |
| Uwagi | | | | |
|  |  |  |  |  |
| Kampania promocyjna | | | | |
| Promocja LGD i LSR, w tym informowanie o bieżącej działalności LGD | Mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych. | Komunikacja masowa | 1 strona internetowa  1 fanpa  ge FB  1 newsletter (co 2 miesiące) |  |
| Mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych. | Publikacje | 1 numer Biuletynu LGD (co 6 m-cy) |  |
| Grupa w szczególnej sytuacji - ludzie młodzi do 25 roku życia | Spotkania bezpośrednie | 3 spotkania w szkołach ponadpodstawowych | 45 osób poinformowanych |
| Grupa w szczególnej sytuacji - seniorzy po 60 roku życia | Spotkania bezpośrednie | 2 spotkania otwarte | 30 osób poinformowanych |
| Mieszkańcy, uczestnicy imprez masowych | Spotkania bezpośrednie – punkt informacyjny | 5 spotkań (po 1 w każdej gminie) | 75 osób poinformowanych |
| Mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych. | Spotkania indywidualne i bezpośrednie w Biurze LGD | 1 Biuro LGD, 2 pracowników | Odpowiednio do ilości zainteresowanych |
| Uwagi | | | | |
|  |  |  |  |  |
| Kampania informacyjna w okresie naborów | | | | |
| Przekazywanie dokładnych informacji o warunkach i zasadach przyznawania pomocy | Potencjalni beneficjenci - mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych – odpowiednio do zakresu konkursu | Internet | 1 ogłoszenie na stronie internetowej LGD  1 informacja na fanpage’u LGD | Odpowiednio do zasięgu mediów elektronicznych. |
| Potencjalni beneficjenci | Szkolenie stacjonarne – odpowiednio do zakresu konkursu lub online | 1 szkolenie | Odpowiednio do ilości zainteresowanych |
| Potencjalni beneficjenci | Doradztwo stacjonarne w Biurze LGD – odpowiednio do zakresu konkursu  lub online | 1 okres doradczy – odpowiednio do terminów podanych w ogłoszeniu | Odpowiednio do ilości zainteresowanych |
| Uwagi | | | | |
|  |  |  |  |  |
| Kampania animacyjna | | | | |
| Włączanie do aktywnego udziału we wdrażaniu LSR różnych grup społecznych, zwłaszcza tych znajdujących się w szczególnej sytuacji | Grupy w szczególnej sytuacji – ludzie młodzi | Spływ kajakowy lub rajd połączony ze sprzątaniem lasów lub rzeki Wierzycy | 2 spływy | 20 uczestników |
| Grupy w szczególnej sytuacji – seniorzy lub osoby niepełnosprawne | Spływ kajakowy lub rajd | 2 spływy lub rajdy | 20 uczestników |
| Mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki sektora finansów publicznych. | Konferencja animacyjna połączona z wydarzeniem rekreacyjnym | 1 konferencja | 30 uczestników |
| Organizacje pozarządowe, grupy w szczególnej sytuacji, OPS | Warsztat motywacyjny dotyczący projektów grantowych i projektów we współpracy | 2 warsztaty | 20 uczestników |
| Grupy w szczególnej sytuacji, | Wydarzenie animacyjno integrujące (piknik, giełda wymiany) | 2 wydarzenia | 30 uczestników |
| Grupy w szczególnej sytuacji, członkowie stowarzyszenia, mieszkańcy obszaru | Wizyta studyjna | 2 wizyty | 40 uczestników |
| Uwagi | | | | |
|  |  |  |  |  |