

Harmonogram planu komunikacji.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci komunikacyjnego docelowe):	działania (grupy	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji i efekty działań komunikacyjnych ¹
01.2017 – 12.2017	stworzenie spójnego, przejrzystego, jednolitego pozytywnego wizerunku LSR i LGD;	Akcja informacyjno-promocyjna połączona z kampanią medialną.	mieszkańcy obszaru LSR, w tym defaworyzowane; odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakładający działalność gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	objętego grupy osoby	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy), - strona internetowa LGD, - strony internetowe JST, - portal społecznościowy (facebook), - wydarzenia o charakterze promocyjnym, - publikacje promocyjne	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań – min. 4 inf. do końca 2017 r.; - liczba informacji przekazanych do publicznej wiadomości dot. wydarzeń bieżących, realizowanych i planowanych do realizacji działań – min. 12 inf. do końca 2017 r. (informacje zamieszczane na stronie www LGD); - liczba informacji przekazanych do publicznej wiadomości za pośrednictwem portalu społecznościowego – 4 inf. do końca 2017 r.; - liczba wydarzeń o charakterze promocyjnym finansowanych przez LGD lub w których LGD uczestniczy – 4 wydarzenia do końca 2017 r. - liczba publikacji promocyjnych finansowanych lub dofinansowanych przez LGD – 1 publikacja do końca 2017 r.
01.2017 – 12.2017	wsparcie doradcze interesariuszy w zakresie pozyskiwania	Działania informacyjne, promocyjne	mieszkańcy obszaru LSR, w tym defaworyzowane;	objętego grupy	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań –

¹ Poszczególne wskaźniki / efekty mogą dotyczyć i realizować różne cele komunikacji.

	środków w ramach LSR;	oraz edukacyjne.	osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu;	narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy), - strona internetowa LGD, strony internetowe JST, - portal społecznościowy (facebook);	min. 4 inf. dot. realizowanych naborów wniosków; - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. planowanych naborów wniosków – min. 4 inf. dot. realizowanych naborów wniosków; - liczba informacji zamieszczonych na stronach internetowych JST dot. planowanych naborów wniosków – min. 9 informacji dot. realizowanych naborów wniosków; - liczba inf. dot. realizowanych naborów wniosków udostępnianych za pośrednictwem portalu społecznościowego – min. 2
01.2017 – 12.2017	edukacja interesariuszy w zakresie uczestnictwa we wdrażaniu LSR w tym efektywnego wykorzystywania środków finansowych,	Działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne	mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; JST oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gosp.; mikro i mali przedsiębiorcy; org. pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu;	- poradnictwo LGD - spotkania bezpośrednio indywidualne i grupowe, telefoniczne, - informacje na stronie internetowej LGD,	- liczba udzielonego doradztwa / porad / informacji nt. realizowanego wsparcia – min. 30 w ramach realizowanych naborów; - liczba spotkań informacyjnych dla interesariuszy – min. 9 dotyczących planowanych do realizacji naborów;
01.2017 – 12.2017	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym planowanych do realizacji naborach wniosków oraz wykorzystania środków w poszczególnych celach ogólnych i szczegółowych LSR	Akcja informacyjno-promocyjna	Współpracownicy, członkowie oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar/turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy - w celu upowszechniania informacji), - strona internetowa LGD, - strony internetowe JST, - portal społecznościowy	- liczba osób z którymi przeprowadzono badania - min. 100 osób do końca 2017 roku; - liczba badań efektywności działań służących wdrażaniu LSR w tym również diagnoza zasobów lokalnych i rekomendacji - 1 badanie do końca 2017 roku; - liczba osób, które zapoznały się z raportem ze zrealizowanych badań - min. 300 osób

01.2017 12.2017	bieżące informowanie o ewentualnych zmianach w LSR uwzględniające procedurę jej aktualizacji;	Akcja informacyjno-promocyjna.	współpracownicy, członkowie oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media.	(facebook), - badania wraz z raportami z badań dot. poziomu satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości działań komunikacyjnych w tym efektywności działań służących wdrażaniu LSR i diagnoza zasobów lokalnych i rekomendacji.	W przypadku uruchomienia procedury aktualizacji: - liczba informacji przekazanych członkom LGD dot. aktualizacji LSR – min. 2 inf./aktualizację LSR; - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. aktualizacji LSR – min. 1 inf./aktualizację LSR; - liczba informacji zamieszczonych na stronach internetowych JST dot. aktualizacji LSR – min. 1 inf./aktualizację LSR - liczba informacji dot. aktualizacji LSR udostępnionych za pośrednictwem portalu społecznościowego – min. 1 inf./aktualizację;
01.2017 12.2017	Popularyzowanie, prezentacja oraz promocja przedsięwzięć realizowanych w ramach LSR	Akcja informacyjno-promocyjna złączona kampanią medialną	współpracownicy, członkowie oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy); - strona internetowa LGD; - strony internetowe JST;	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy); - strona internetowa LGD; - strony internetowe JST;	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań - min. 1 inf. do końca 2017 roku; - liczba wydań o charakterze promocyjnym finansowanych przez LGD lub w których LGD uczestniczy - min. 1 wydanie

01.2017 12.2017	- Upowszechnianie współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy z PROW 2014-2020	Akcja informacyjno-promocyjna. Pozostałe działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne	podległe; załt. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media; Współpracownicy, członkowie LGD oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; organizacje pozarządowe; media.	portal społecznościowy (facebook); wydarzenia o charakterze promocyjnym; publikacje promocyjne	- liczba upowszechnianych informacji dot. realizowanych przez LGD działań - min. 1 inf. do końca 2017 roku.
01.2017 12.2017	- edukacja osób zaangażowanych w proces zarządzania, informowania i wdrażania LSR.	Pozostałe działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne	Pracownicy, przedstawiciele stowarzyszenia w tym organu decyzyjnego LGD; oraz władz	Spotkania informacyjne i/lub szkolenia, konferencje, wizyty studyjne;	- liczba odbiorców działań - ok. 15 os./rok;

DYREKTOR BIURA
Piotr Paszuta

Stowarzyszenie
„Lasowiacka Grupa Działania”
39-460 Nowa Dęba, ul. Słowackiego 1 a
NIP: 8672185317, REGON: 180387634
KRS: 0000319475