

Harmonogram realizacji planu komunikacji w 2024 r.

Termin	Cel	Nazwa działania komunikacyjnego i środki przekazu	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Wskaźniki	Planowane efekty	Budżet
II półrocze 2024	1, 2 4, 5, 6.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR: - wydarzenia i imprezy lokalne,	- mieszkańcy obszaru LSR, - ludzie młodzi i seniorzy oraz grupy osób w niekorzystnej sytuacji, - potencjalni wnioskodawcy, - beneficjenci LSR.	- liczba imprez/wydarzeń na których biuro LGD przygotowało stoisko informacyjne – 2/rok,	- min. 50 uczestników wydarzenia/wydarzeń organizowanych/współorganizowanych przez LGD,	10.000,00 zł.
II półrocze 2024	- liczba wydarzeń zorganizowanych/współorganizowanych przez LGD (np. jarmark, festyn, biegi, rajd, konkurs plastyczny) – 1/rok,					
I – IV kwartał 2024	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR: - strona internetowa LGD/portal społecznościowy.			- 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD, - 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram.		
I – IV kwartał 2024 (na bieżąco)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.	Doradztwo indywidualne w biurze LGD: - kontakt bezpośredni świadczony w biurze LGD, - kontakt telefoniczny, sms, e-mail.	- mieszkańcy obszaru LSR, - ludzie młodzi i seniorzy oraz grupy osób w niekorzystnej sytuacji, - potencjalni wnioskodawcy, - beneficjenci LSR.	- ilość indywidualnych doradztw (prowadzenie ewidencji doradztwa) – min. 60.	Przekazanie informacji min. 30 osobom/podmiotom.	-

II półrocze 2024	1, 4, 6.	Przygotowanie i dystrybucja materiałów informacyjnych i promocyjnych (w formie drukowanej i elektronicznej): - ulotki, plakaty, foldery itp.	- mieszkańcy obszaru LSR, - ludzie młodzi i seniorzy oraz grupy osób w niekorzystnej sytuacji, - potencjalni wnioskodawcy.	- ilość opracowanych i rozdanych/rozpowszechnionych materiałów informacyjno-promocyjnych – min. 200 egzemplarzy/rok.	Przekazanie informacji za pomocą materiałów informacyjno-promocyjnych min. 200 osobom/rocznie.	3.000,00 zł.
I – IV kwartał 2024 (na bieżąco)	1, 5, 7.	Utrzymywanie stałego kontaktu z lokalnymi liderami z terenu LGD: - kontakt telefoniczny, w tym sms, - e-mail.	- mieszkańcy obszaru LSR.	- ilość przygotowanych i wysłanych informacji do lokalnych liderów w ciągu roku – 12.	Przekazanie informacji min. 100 osobom (lokalnym liderom) rocznie.	-
II półrocze 2024	7	Badanie satysfakcji adresatów działań komunikacyjnych: - ankieta monitorująca działania komunikacyjne stosowane przez LGD (papierowa lub elektroniczna), - badanie sondażowe dot. stopnia znajomości LSR i rozpoznawalności LGD.	- mieszkańcy obszaru LSR, - ludzie młodzi i seniorzy oraz grupy osób w niekorzystnej sytuacji, - potencjalni wnioskodawcy, - beneficjenci LSR.	- liczba dystrybuowanych ankiet monitorujących działania komunikacyjne – min. 50/rok, - liczba badań sondażowych – min. 2/rok.	Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa, działań komunikacyjnych i stopnia znajomości LSR i rozpoznawalności LGD: - liczba wypełnionych ankiet monitorujących działania komunikacyjne – min. 25/rok, - liczba osób uczestniczących w badaniach sondażowych – min. 100/rok.	-