

PLAN KOMUNIKACJI NA LATA 2014 - 2020

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty
I połowa 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR na lata 2016-2022	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD (w tym także <b>przedstawiciele grup defaworyzowanych</b> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD i gmin członkowskich,</li> <li>✓ Rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną,</li> <li>✓ Ogłoszenia na portalach społecznościowych - fanpage LGD</li> <li>✓ Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK)</li> <li>✓ <b>Ogłoszenia PUP i OPS</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 50 szt. wysłanych informacji pocztą elektroniczną</li> <li>✓ 7 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin członkowskich),</li> <li>✓ 20 ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych (w tym OPS i PUP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dotarcie do co najmniej 450 osób z informacjami o LSR na lata 2016-2022,</li> <li>✓ Zwiększenie liczby składanych wniosków konkursowych do roku 2018,</li> </ul>
II połowa roku w latach 2016-2023	Przebieg komunikacji dotyczący grup defaworyzowanych i podlegających wykluczeniu	Spotkania konsultacyjne z asystentami rodzin i osób wykluczonych	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Osoby podlegające różnego rodzaju wykluczeniom</li> <li>✓ Asystenci rodzin</li> </ul>	Bezpośrednie uczestnictwo w spotkaniach asystentów rodzin	6 spotkań z asystentami rodzin	Uzyskanie szerszej informacji na temat problemów grup defaworyzowanych i zagrożonych wykluczeniem w celu dostosowania oferty wsparcia
II połowa 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD	Kampania informacyjna na temat zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, <b>grupy defaworyzowane</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną,</li> <li>✓ Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD i gmin członkowskich,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ wysłanie 50 szt. informacji pocztą elektroniczną</li> <li>✓ zamieszczenie 7 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin członkowskich)</li> </ul>	Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w szczególności w zakresie zasad i procedur naboru i oceny wniosków
II połowa 2016 r./do końca realizacji	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz projektodawcy	Doradztwo indywidualne,	Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart udzielonego doradztwa	Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów

PLAN KOMUNIKACJI NA LATA 2014 - 2020

LSR						
II połowa 2016 I i II połowa 2017 I połowa 2018	Poinformowanie o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych w ramach operacji planowanych na lata 2016-2018	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy, zainteresowani tworzeniem lub rozwojem działalności gospodarczej, <b>w tym ze zdefiniowanych grup defaworyzowanych</b> podmioty jsfp, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD „Solna Dolina”</li> <li>✓ rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną,</li> <li>✓ informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin członkowskich,</li> <li>✓ ogłoszenia na portalach społecznościowych – fanpage LGD,</li> <li>✓ ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK</li> <li>✓ <b>Ogłoszenia PUP i OPS</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 50 szt. wysłanych informacji pocztą elektroniczną</li> <li>✓ zamieszczenie 7 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin członkowskich),</li> <li>✓ 20 ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych (w tym OPS i PUP)</li> </ul>	Zwiększenie wiedzy mieszkańców na temat realizacji LSR i zwiększenie zainteresowania udziałem w ogłaszanych naborach – zwiększenie liczby składanych wniosków konkursowych
W powiązaniu z naborami: II połowa 2016 I połowa 2017 I połowa 2018	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków	Spotkania informacyjno-konsultacyjne dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia realizowane w latach 2016-2020	Potencjalni wnioskodawcy, zainteresowani tworzeniem lub rozwojem działalności gospodarczej, <b>w tym ze zdefiniowanych grup defaworyzowanych</b> podmioty jsfp, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru	Spotkania informacyjno – konsultacyjne <b>z udziałem grup defaworyzowanych</b>	Organizacja 6 x 3=18 spotkań (ok. 30 osób na każde spotkanie, badanie ankietowe po spotkaniu)	Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie opracowania wniosków aplikacyjnych (wyniki ankiet po spotkaniach),
Styczeń 2017 2018 2019 2020 2021 2022	Pozyskanie informacji zwrotnej nt. trafności doboru sposobu promocji, aktywizacji i informowania o LSR	Badanie trafności doboru sposobu promocji i prezentowania informacji oraz zainteresowania uczestnictwem w działaniach LGD	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, <b>grupy defaworyzowane</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ankieta internetowa zamieszczona na stronie LGD;</li> <li>✓ Ankieta papierowa w biurze obsługi bezrobotnych PUP Koło</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ankieta zamieszczona na stronie internetowej</li> <li>✓ 200 szt. rozesłanych maili z ankietą</li> <li>✓ 50 zwrotnych ankiet z PUP</li> </ul>	Uzyskanie zewnętrznej oceny działań promocyjnych, aktywizacyjnych i komunikacyjnych

PLAN KOMUNIKACJI NA LATA 2014 - 2020

styczeń 2018 2020 2022	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ankieta skierowana do wnioskodawców którzy uzyskali pomoc i którzy nie uzyskali pomocy</li> <li>✓ Wywiady z wnioskodawcami którzy uzyskali pomoc na realizację operacji i którzy nie uzyskali pomocy na realizację operacji</li> </ul>	75 szt. ankiet rozdystrybuowanych wśród wnioskodawców  75 szt. przeprowadzonych wywiadów	Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych
II połowa 2017 2018 2019 2020 2021 2022	Przybliżenie mieszkańcom obszaru w formie spotkania plenerowego idei RLKS i wzbudzenie zainteresowania działaniami w ramach wdrażania LSR i zwiększenia rozpoznawalności LGD	Jarmarki lokalnego produktu, partnerstwa i dobrych praktyk - Silna Solna	Wszyscy mieszkańcy obszaru, <b>w tym grupy defaworyzowane</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plakaty i zaproszenia umieszczone w każdej z gmin członkowskich</li> <li>✓ Indywidualne zaproszenia</li> <li>✓ Badanie ankietowe podczas imprezy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 1 500 uczestników</li> <li>✓ 150 ankiet zwrotnych</li> </ul>	Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat rozpoznawalności i marki LGD oraz stopnia zadowolenia społecznego działaniami podejmowanymi przez LGD
Styczeń 2019 Styczeń 2022	Uzyskanie zwrotnej informacji na temat stosowanych kryteriów wyboru operacji	Badanie satysfakcji wnioskodawców w zakresie czytelności i adekwatności stosowanych kryteriów	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Badanie ankietowe prowadzone za pomocą strony internetowej LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 75 szt. ankiet rozdystrybuowanych wśród wnioskodawców</li> </ul>	Uzyskanie zewnętrznej informacji na temat adekwatności i skuteczności stosowanych kryteriów
Styczeń 2019 Styczeń 2022	Informacja na temat stopnia realizacji celów i wskaźników LSR	Kampania informacyjna	Mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD „Solna Dolina”</li> <li>✓ rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną,</li> <li>✓ informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin członkowskich,</li> <li>✓ ogłoszenia na portalach społecznościowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 100 szt. wysłanych informacji pocztą elektroniczną</li> <li>✓ zamieszczenie 14 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin</li> </ul>	Zwiększenie wiedzy mieszkańców na temat realizacji LSR - dotarcie do co najmniej 450 osób z informacjami o stopniu realizacji celów i wskaźników LSR na lata 2014-2022