

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 przedstawiciele grup defaworyzowanych)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD i gmin członkowskich, ✓ Rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną, ✓ Ogłoszenia na portalach społecznościowych - fanpage LGD ✓ Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK) ✓ Ogłoszenia PUP i OPS 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 50 szt. wysłanych informacji pocztą elektroniczną ✓ 7 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin członkowskich), ✓ 20 ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych (w tym OPS i PUP) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dotarcie do co najmniej 450 osób z informacjami o LSR na lata 2016-2022, ✓ Zwiększenie liczby składanych wniosków konkursowych do roku 2018,
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"> ✓ Osoby podlegające różnego rodzaju wykluczeniom ✓ Asystenci rodzin 	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, grupy defaworyzowane	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną, ✓ Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD i gmin członkowskich, 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ wysłanie 50 szt. informacji pocztą elektroniczną ✓ zamieszczenie 7 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin członkowskich) 	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

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

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"> ✓ Ankieta skierowana do wnioskodawców którzy uzyskali pomoc i którzy nie uzyskali pomocy ✓ Wywiady z wnioskodawcami którzy uzyskali pomoc na realizację operacji i którzy nie uzyskali pomocy na realizację operacji 	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, w tym grupy defaworyzowane	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plakaty i zaproszenia umieszczone w każdej z gmin członkowskich ✓ Indywidualne zaproszenia ✓ Badanie ankietowe podczas imprezy 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 500 uczestników ✓ 150 ankiet zwrotnych 	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"> ✓ Badanie ankietowe prowadzone za pomocą strony internetowej LGD 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 75 szt. ankiet rozdystrybuowanych wśród wnioskodawców 	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"> ✓ informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD „Solna Dolina” ✓ rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną, ✓ informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin członkowskich, ✓ ogłoszenia na portalach społecznościowych 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 100 szt. wysłanych informacji pocztą elektroniczną ✓ zamieszczenie 14 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin) 	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