

Plan komunikacji – załącznik nr 5 do LSR_1z

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	Przepływ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bezpośrednie uczestnictwo w spotkaniach asystentów rodzin 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania	Beneficjenci oraz projektodawcy	Doradztwo indywidualne,	Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart	Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków

Plan komunikacji – załącznik nr 5 do LSR_1z

r./do końca realizacji LSR		projektów			udzielonego doradztwa	i sposobów realizacji i rozliczania projektów
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, w tym ze zdefiniowanych grup defaworyzowanych podmioty jsfp, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru	<ul style="list-style-type: none"> ✓ informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD „Solna Dolina” ✓ rozesłanie 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) 	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, w tym ze zdefiniowanych grup defaworyzowanych podmioty jsfp, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru	Spotkania informacyjno – konsultacyjne z udziałem grup defaworyzowanych	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	Pozyskanie informacji zwrotnej nt. trafności doboru sposobu promocji, aktywizacji	Badanie trafności doboru sposobu promocji i prezentowania	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy,	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ankieta internetowa zamieszczona na stronie LGD; ✓ Ankieta papierowa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ankieta zamieszczona na stronie internetowej ✓ 200 szt. rozesłanych 	Uzyskanie zewnętrznej oceny działań promocyjnych,

Tekst jednolity z 28 kwietnia 2020

Plan komunikacji – załącznik nr 5 do LSR_1z

2020 2021 2022	i informowania o LSR	informacji oraz zainteresowania uczestnictwem w działaniach LGD	organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane	w biurze obsługi bezrobotnych PUP Koło	maili z ankietą ✓ 50 zwrotnych ankiet z PUP	aktywizacyjnych i komunikacyjnych
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	✓ 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 2021 2022 I połowa 2021	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	✓ Plakaty i zaproszenia umieszczane w każdej z gmin członkowskich ✓ Indywidualne zaproszenia ✓ Badanie ankietowe podczas imprezy	✓ 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	✓ Badanie ankietowe prowadzone za pomocą strony internetowej LGD	✓ 75 szt. ankiet rozdystrybuowanych wśród wnioskodawców	Uzyskanie wewnętrznej informacji na temat adekwatności i skuteczności stosowanych kryteriów

Plan komunikacji – załącznik nr 5 do LSR_1z

<p>Styczeń 2019 Styczeń 2022</p>	<p>Informacja na temat stopnia realizacji celów i wskaźników LSR</p>	<p>Kampania informacyjna</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD</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 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 100 szt. wysłanych informacji pocztą elektroniczną ✓ zamieszczenie 14 szt. artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin 	<p>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</p>
--------------------------------------	--	------------------------------	-------------------------------	--	--	---