

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2021 – STOWARZYSZENIA „SOLNA DOLINA”

Termin realizacji (miesiąc/rok)	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Zakładane / zrealizowane wskaźniki realizacji działania	Planowane / zrealizowane efekty działań komunikacyjnych	Planowany lub poniesiony koszt zadania
Styczeń 2021	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, grupy defaworyzowane	✓ Ankieta internetowa zamieszczona na stronie LGD; ✓ Ankieta papierowa w biurze obsługi bezrobotnych PUP Koło	✓ ankieta zamieszczona na stronie internetowej ✓ 34 szt. rozesłanych maili z ankietą ✓ 9 zwrotnych ankiet z PUP	Uzyskanie zewnętrznej oceny działań promocyjnych, aktywizacyjnych i komunikacyjnych	0,00
Styczeń – grudzień 2021 w sposób ciągły	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz projektodawcy	Doradztwo indywidualne	8 osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart udzielonego doradztwa	Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	0,00
Lipiec - październik 2021	Przepty komunikacji dotyczący grup defaworyzowanych i podlegających wykluczeniu	Spotkania konsultacyjne z asystentami rodzin i osób wykluczonych	✓ 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	0,00

Termin realizacji (miesiąc/rok)	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Zakładane / zrealizowane wskaźniki realizacji działania	Planowane / zrealizowane efekty działań komunikacyjnych	Planowany lub poniesiony koszt zadania
Kwiecień – czerwiec 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plakaty i zaproszenia umieszczane w każdej z gmin członkowskich ✓ Indywidualne zaproszenia ✓ Badanie ankietowe podczas imprezy 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 250 uczestników ✓ 25 ankiet zwrotnych 	Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat rozpoznawalności i marki LGD oraz stopnia zadowolenia społecznego działaniami podejmowanymi przez LGD	15 000,00
Lipiec – wrzesień 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plakaty i zaproszenia umieszczane w każdej z gmin członkowskich ✓ Indywidualne zaproszenia ✓ Badanie ankietowe podczas imprezy 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 250 uczestników ✓ 25 ankiet zwrotnych 	Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat rozpoznawalności i marki LGD oraz stopnia zadowolenia społecznego działaniami podejmowanymi przez LGD	15 000,00