

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI

NAZWA LGD: STOWARZYZENIE LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA GROMNIK

TERMIN REALIZACJI	NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ZAKŁADANY WSKAŹNIK	BUDŻET	ADRESACI DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ŚRODKI/NARZĘDZIA KOMUNIKACJI/PRZEKAZU	PLANOWANE EFEKTY DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH	UZASADNIENIE ADEKWATNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH I ŚRODKÓW PRZEKAZU DO CELÓW I WSKAŹNIKÓW REALIZACJI TYCH DZIAŁAŃ	UZASADNIENIE ADEKWATNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH DO BUDŻETU TYCH DZIAŁAŃ
I/II KWARTAŁ 2016	Organizacja kampanii informacyjnej nt. PROW i głównych założeń LSR na lata 2016-2023	1 szt.	0,00	Kategoria A, B wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Artykuły w lokalnej prasie	3 700 osób	Aktualna informacja na temat działalności LGD – reprezentacji Zarządu, wyniku konkursu na wybór LGD, zakładanych środkach finansowych oraz możliwości aplikowania stanowi wprowadzenie do tematyki Leader PROW oraz LSR, które dotrze do szerokiego grona mieszkańców (w tym także osób de faworyzowanych jako potencjalnych nabywców gazety lokalnej)	Operacja bezkosztowa
		10 miejsc	0,00	Kategoria A, B wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (gminach, Starostwie Powiatowym oraz instytucjach istotnych w zakresie potencjalnych Beneficjentów)	2 000 osób	Aktualna informacja na temat działalności LGD, PROW i głównych założeń LSR na lata 2016-2023 zostaje skierowana bezpośrednio do potencjalnych beneficjentów i/lub instytucji profilem ukierunkowanych na pracę z osobami de faworyzowanymi. Siedziby instytucji publicznych to również miejsca szczególnie istotne ze względu na wysokie natężenie ruchu mieszkańców.	Operacja bezkosztowa
		10 szt.	0,00	Kategoria A, B wyszczególniona w	Artykuły na stronach internetowych i	50 000 osób	Aktualna informacja na temat działalności LGD, PROW i głównych założeń LSR na lata 2016-2023 zostaje skierowana do wyszczególnionej grupy docelowej	Operacja bezkosztowa

				Planie komunikacyjnym	portalach społecznościowych.		z wykorzystaniem informatycznych narzędzi, powszechnych w użytkowaniu szczególnie przez osoby młode, chociaż coraz częściej także seniorów. Portale społecznościowe wykorzystywane są ponadto też przez osoby bezrobotne oraz przedsiębiorców poszukujących sposobów na rozwinięcie działalności gospodarczej – występujących jako potencjalni Beneficjenci i/lub osoby de faworyzowane lub pracodawcy dla nich. Wykorzystanie portali oraz stron www umożliwia dotarcie do większego grona odbiorców tj. potencjalnych Beneficjentów i uczestników podejmowanych działań.	
III/IV KWARTAŁ 2016	Rozpowszechnienie informacji na temat LSR na lata 2016 – 2023 w tym działalności LGD, organizowanych konkursach oraz stanie realizacji LSR	1 materiał	1 000,00	Kategoria A, B wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Drukowane i elektroniczne materiały informacyjno - promocyjne (wprowadzenie do LSR, Vademecum Beneficjenta)	3000 sztuk	Aktualna informacja na temat działalności LGD, PROW i głównych założeń LSR na lata 2016-2023 zostaje skierowana bezpośrednio do potencjalnych beneficjentów i/lub instytucji profilem ukierunkowanych na pracę z osobami de faworyzowanymi. Formuła powszechna tj. ulotka umożliwia szybkie oraz bezpośrednie rozpowszechnianie informacji podczas spotkań, szkoleń, targów, konferencji itp. Popularna i uniwersalna forma przekazu, umożliwia dotarcie do bardzo zróżnicowanego grona Beneficjentów, w tym także osób de faworyzowanych.	Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców
		1 szt.	2 000,00	Kategoria A, B wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Konferencja dot. założeń LSR 2016-2023	70 osób	Rozpowszechnienie informacji na temat LSR na lata 2016-2023 oraz działań podejmowanych przez LGD w tym ogłaszanych konkursach zostaje przekazane w formie otwartej/ bezpośredniej z możliwością zadawania pytań przedstawicielom organów LGD. Zaproszenie dla mieszkańców, instytucji i organizacji do uczestnictwa w wydarzeniu zakłada bezpośrednie uzyskanie informacji na temat założeń i harmonogramów wdrażania LSR w tym także przez osoby de faworyzowane.	Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców
		2 szt.	2 000,00	Kategoria A, B, C wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Artykuły w lokalnej prasie	3 700 osób	Aktualna informacja na temat działalności LGD, zakładanych środków finansowych oraz możliwości aplikowania stanowi podstawę wdrażania LSR Leader PROW oraz LSR, które dotrze do szerokiego grona mieszkańców (w tym także osób de faworyzowanych jako	Koszt oszacowany na podstawie dotychczasowej działalności Stowarzyszenia przy uwzględnieniu odbiorców prasy lokalnej / nakładu

						potencjalnych nabywców gazety lokalnej)	
	10 miejsc	0,00	Kategoria A, B, C wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (gminach, Starostwie Powiatowym oraz instytucjach istotnych w zakresie potencjalnych Beneficjentów)	2 000 osób	Aktualna informacja na temat działalności LGD, PROW i głównych założeń LSR na lata 2016-2023 zostaje skierowana bezpośrednio do potencjalnych beneficjentów i/lub instytucji profilem ukierunkowanych na pracę z osobami de faworyzowanymi. Siedziby instytucji publicznych to również miejsca szczególnie istotne ze względu na wysokie natężenie ruchu mieszkańców.	Operacja bezkosztowa
	10 szt.	0,00	Kategoria A, B, C wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych.	50 000 osób	Aktualna informacja na temat działalności LGD, PROW i głównych założeń LSR na lata 2016-2023 zostaje skierowana do wyszczególnionej grupy docelowej z wykorzystaniem informatycznych narzędzi, powszechnych w użytkowaniu szczególnie przez osoby młode, chociaż coraz częściej także seniorów. Portale społecznościowe wykorzystywane są ponadto też przez osoby bezrobotne oraz przedsiębiorców poszukujących sposobów na rozwinięcie działalności gospodarczej – występujących jako potencjalni Beneficjenci i/lub osoby de faworyzowane lub pracodawcy dla nich. Wykorzystanie portali oraz stron www umożliwia dotarcie do większego grona odbiorców tj. potencjalnych Beneficjentów i uczestników podejmowanych działań.	Operacja bezkosztowa
Rozwijanie zdolności podmiotów lokalnych do opracowania wdrażania i zarządzania projektami	10 h	100,00	Kategoria A, B, C wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	SPOTKANIA BEZPOŚREDNIE w siedzibie LGD oraz indywidualne doradztwo (także podczas dyżurów w gminach członkowskich)	10 osób	Informacja na temat zasad, warunków oraz wytycznych dot. aplikowania o środki przewidziane w LSR wpłynie na wzrost zainteresowania oraz kompetencji w zakresie aplikowania oraz wdrażania operacji przez potencjalnych Beneficjentów. Zakłada się udział w doradztwie osób sklasyfikowanych jako de faworyzowane.	Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców

	Bieżące informowanie nt. wdrażania LSR	2 osobodni	1 250,00	Kategoria D wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Szkolenia dla członków organu i pracowników Biura (bieżące kwestie programowe i zasady oceny projektów)	17 osób	Informacja nt. bieżących przepisów, wytycznych oraz dobrych praktyk wpłynie na wzrost umiejętności w zakresie wdrażania LSR. Wzrost kompetencji kadry wdrażającej ma bezpośrednie przełożenie na jakość oceny oraz doradztwa.	Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców
	Weryfikacja jakości pomocy/informacji świadczonej przez LGD- pozyskanie informacji zwrotnej	Min. 28 szt.	100,00	Kategoria B, C wyszczególniona w Planie komunikacyjnym	Ankiety elektroniczne i /lub papierowe	28 szt.	Informacja zwrotna w zakresie podejmowanych działań umożliwi weryfikację jakości oraz celowości podejmowanych działań. Działaniem komunikacyjnym objęci wszyscy potencjalni Beneficjenci w tym również osoby sklasyfikowane jako de faworyzowane. Ewentualne sugestie pozwolą na weryfikację w tym samoocenę działalności.	Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców