



Załącznik nr 5 do LSR
Zmiana uchwałą II / VI / 111/16 Zarządu Stowarzyszenia
w dniu 22.06.2016 r.

PLAN KOMUNIKACJI

ZAŁĄCZNIK DO LOKALNEJ STRATEGII ROZWOJU STOWARZYSZENIA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA MIĘDZY ODRĄ I BOBREM



Zabór, czerwiec 2016


Cele komunikacji, działania komunikacyjne i ich główni adresaci, środki przekazu oraz oczekiwane efekty Planu Komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Oczekiwany efekt
II połowa 2016	Zapoznanie potencjalnych wnioskodawców z LSR, jej celami, zasadami przyznawania dofinansowania oraz typami operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako ważnego lidera rozwoju lokalnego	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR Stowarzyszenia LGD Między Odrą a Bobrem	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej, lokalne organizacje pozarządowe, JST.	<ul style="list-style-type: none"> • Artykuły w prasie lokalnej; 2 • Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); 12 • Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych; 4 • Bezpośrednie spotkania; 8 	Zapoznanie potencjalnych beneficjentów o podstawowych założeniach LSR oraz miejscu i sposobie uzyskania szczegółowych informacji w zakresie możliwości uzyskania wsparcia w ramach działań prowadzonych przez LGD 70 osób
II połowa 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach oceny i wyboru operacji przez LGD (zwłaszcza w odniesieniu do kryteriów jakościowych) Prezentacja założeń Harmonogramu naboru wniosków na lata 2016 i 2017 Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania	Cykl spotkań na temat zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD Kampania internetowa na temat zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej.	<ul style="list-style-type: none"> • Bezpośrednie spotkania poprzedzone ogłoszeniami w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); 8 • Informacje na stronie internetowej Stowarzyszenia oraz portalach 	Zapoznanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach naborów 50 osób



	się o pomoc w ramach LSR,			społecznościowych; 5	
				<ul style="list-style-type: none"> Informacje na stronach internetowych członków Stowarzyszenia 15 	
I połowa 2017	Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR, w szczególności osoby i podmioty z grup defaworyzowanych	Kampania reklamowa zachęcająca do udziału w kolejnych naborach organizowanych w ramach LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej oraz osoby i podmioty z grup defaworyzowanych.	<ul style="list-style-type: none"> Artykuły w prasie lokalnej 3 Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOPSy, GOKi, obiekty sportowe, itp.); 10 Informacje na stronach internetowych Stowarzyszenia i jego członków 15 Media społecznościowe 2 	Udział potencjalnych beneficjentów już w naborach prowadzonych w ramach wdrażania LSR w roku 2017 i kolejnych latach 50 wniosków
II połowa 2017	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy)	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy	wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	<ul style="list-style-type: none"> Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców 50 	Zwrotny komunikat od ok. 50% respondentów do których rozestano ankiety pozwalający na wprowadzenie ewentualnych korekt w zakresie działań objętych ankietą (jakość pomocy świadczonej przez LGD na



					<p>etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy, skuteczność dotychczasowych działań komunikacyjnych LGD)</p> <p>25 ankiet</p>
I połowa 2018	<p>Aktywizacja członków LGD do aktywnego włączenia się w działania na rzecz popularyzacji działań prowadzonych przez LGD</p> <p>Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako ważnego lidera rozwoju lokalnego</p>	<p>Kampania integracyjno-aktywizacyjna wewnątrz Stowarzyszenia</p>	<p>Członkowie LGD w szczególności JST i organizacje pozarządowe</p>	<p>Bezpośrednie rozmowy oraz korespondencja pocztą tradycyjną i elektroniczną</p> <p>20</p>	<p>Włączenie się członków LGD w efektywne działania Stowarzyszenia i budowanie jego pozytywnego wizerunku 1 spotkanie 20 osób</p>
II połowa 2018	<p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach jakie niesie za sobą wdrażanie LSR</p> <p>Prezentacja Harmonogramu naboru wniosków na lata 2018 i 2019</p> <p>Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR, w szczególności podmioty z grup defaworyzowanych</p>	<p>Kampania reklamowa zachęcająca do udziału w kolejnych naborach organizowanych w ramach LSR</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej oraz osoby i podmioty z grup defaworyzowanych.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Artykuły w prasie lokalnej 2 • Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); 10 • Informacje na stronach internetowych Stowarzyszenia i jego członków 5 • Media społecznościowe 2 	<p>Udział potencjalnych beneficjentów w naborach prowadzonych w ramach wdrażania LSR w roku 2018 i 2019 oraz kolejnych latach 40 osób</p>
I połowa	Uzyskanie informacji	Badanie satysfakcji i	wnioskodawcy w	<ul style="list-style-type: none"> • Ankiety w wersji 	Zwrotny komunikat od ok.



2019	zwrotnej nt. oceny dotychczasowych działań LGD w zakresie: <ul style="list-style-type: none"> • jakości pomocy świadczonej przez LGD beneficjentom • oczekiwań w zakresie dodatkowych naborów wniosków w ramach poszczególnych operacji 	oczekiwań wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy oraz rozliczania wniosków	poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców 40 <ul style="list-style-type: none"> • Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email potencjalnych wnioskodawców 50 	40% respondentów pozwalający na wprowadzenie ewentualnych korekt w ramach działań objętych ankietą (jakość pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy, oraz rozliczania tych wniosków; skuteczność dotychczasowych działań komunikacyjnych LGD) 30 ankiet
II połowa 2019	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach jakie niesie za sobą wdrażanie LSR Prezentacja Harmonogramu naboru wniosków na rok 2020 Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR	Kampania reklamowa zachęcająca do udziału w kończących się naborach organizowanych w ramach LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy.	<ul style="list-style-type: none"> • Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); 10 • Informacje na stronach internetowych Stowarzyszenia i jego członków 4 • Media społecznościowe 2 	Udział potencjalnych beneficjentów w naborach prowadzonych w ramach wdrażania LSR w roku 2020 40 wniosków
I połowa 2020	Budowanie pozytywnego wizerunku LSR z wykorzystaniem informacji o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach	Kampania informacyjna nt. głównych efektów LSR w mijającej perspektywie 2014-2020	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> • Artykuły w prasie lokalnej 2 • Edukacja dzieci i młodzieży 50 	Wiedza wśród mieszkańców o efektach wynikających z działań LGD i pozytywny odbiór społeczny tych działań. 500



	wynikających z ich realizacji,			<ul style="list-style-type: none">• Wydawnictwa drukowane (brozury, ulotki, itp.) 10• Informacje na stronach internetowych i portalach społecznościowych 4	osób
--	--------------------------------	--	--	---	-------------

Zatwierdzam

Prezes Zarządu

/ - / Ryszard Kozakiewicz