

Plan komunikacji dla LGD "Region Sanu i Trzebońnicy"

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunik.	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty
W I połowie każdego roku realizacji LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR– działania informacyjne	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Ogłoszenia w telewizji lokal. obejm. obszar LGD	1 szt.	Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców LGD nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR
				Organizacja konferencji prasowej	1 szt.	
				Artykuły na stronie internetowej LGD oraz gmin z LGD	2 szt.	
				Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych w instytucjach publicznych	1 komplet	
				Materiały informacyjne w prasie obejmującej obszar LSR	1 szt.	
				Ulotki informacyjne dystrybuowane na obszarze LGD.	1 komplet	
		Kamp informacyjna nt. głównych założeń LSR– kontakt bezp.	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Informacje na portalach społecznościowych	1 szt.	Zwiększenie partycypacji lokalnej społeczności w realizacji LSR
W I połowie każdego roku realizacji LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach ogłoszonych konkursów o naborach wniosków	Kampanie informacyjne dotyczące zasad aplikowania zgodnie z regulaminem konkursów w ramach LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Ogłoszenia w lokalnej telewizji kablowej obejmującej zasięgiem obszar LGD	1 szt.	Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców na temat ogłoszonych konkursów a tym samym zwiększenie zainteresowania uczestnictwem w ogłaszanych konkursach.
				Artykuły na stronie internetowej LGD oraz gmin z LGD	1 szt.	
				Organizacja konferencji prasowych	1 szt.	
				Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych w instytucjach publicznych.	1 komplet	
				Materiał informacyjne w prasie obejmującej obszar LSR.	1 szt.	
				Ulotki informacyjne dystrybuowane na obszarze LGD	1 komplet	
				Informacje na portalach społecznościowych	1 szt.	

				Powołanie punku informacyjnego w biurze LGD	1 szt.		
W II połowie każdego roku realizacji LSR	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcjonujące wnioskodawcę dot. świadczonej przez LGD.	Beneficjenci operacji	Ankiety oceniające poziom satysfakcji z działań informacyjnych i doradczych	40 szt.	Uzyskanie informacji zwrotnej od bezpośrednich beneficjentów LSR, która ułatwi monit. i ewaluację działania.	
W każdym roku realizacji LSR	Podniesienie świadomości społecznej znaczenia przedsiębiorczości w rozwoju gospodarczym obszaru i sprzyjającemu procesom włączenia społecznego	Kampania promocyjna wspierając realizację celu ogólnego I LSR	Funkcjonujący przedsiębiorcy, potencjalni przedsiębiorcy, rolnicy zamierzający otworzyć działalność gospodarczą.	Kampanie informacyjne	1 szt.	Wzrost liczby przedsięwzięć gospod., w tym turystycznych. Rozwój istniejących przedsięw. Zwiększenie poziomu zatrudnienia. Aktyw społeczności lokalnej w podejm. przedsięwzięć.	
				Informacja publiczna	1 szt.		
				Szkolenia, seminaria, konferencje, warsztaty tematyczne	2 szt.		
				Spotkania bezpośrednie	1 szt.		
				Porady indywidualne	10 szt.		
				grupy osób defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy	Spotkania w siedzibach PUP		1 szt.
					Spotkania w szkołach		2 szt.
					Doradztwo indywidualne pracowników Biura LGD		20szt
					Informacja na gminnych spotkaniach organizacji pozarządowych		2 szt.
					Szkolenia dla grupy defaworyzowanej		1 szt.
					Informacje na gminnych spotkaniach z sołtysami		2 szt.
				W każdym roku realizacji LSR	Poszerzanie świadomości społeczności lokalnej o walorach turystycznych i przyrodniczych obszaru		Kampania promocyjna wspierająca realizację celu ogólnego II LSR
Materiały promocyjne	1 szt.						
Szkolenia, warsztaty temat.	1 szt.						
Imprezy promujące region i produkty lokalne	2 szt.						
Wydarzenia turystyczne	1 szt.						