

HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA 2025 ROK

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe):	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Sposób badania efektywności działań komunikacyjnych oraz efekty zastosowania środków przekazu	Budżet realizacji
2025	I. Wzmocnienie i zwiększenie rozpoznawalności Stowarzyszenia „Lasowiacka Grupa Działania” przez informowanie np. o obszarze działania i celach LGD, prowadzonych działaniach aktywizacyjnych, promocja dobrych praktyk i projektów zrealizowanych za pośrednictwem LGD, rozpowszechnianie informacji o LGD	Kampania informacyjno-promocyjna	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym NGO, JST i ich jednostki, przedsiębiorcy, osoby fizyczne, a w szczególności grupy w niekorzystnej sytuacji; - sołtysi i liderzy lokalnych społeczności, - mieszkańcy obszaru objętego LSR; - członkowie LGD	1.1. Publikacje na stronie internetowej LGD	Liczba informacji umieszczonych na stronie internetowej LGD dot. realizowanych przez LGD działań – min.1 inf./rok.	Sposób badania: Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana cyklicznie po przeprowadzonych działaniach przez: monitoring oglądalności strony internetowej LGD Efekty działań: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR, rozpowszechnienie wśród społeczności lokalnej prowadzonych działań animacyjnych	0,00
				1.2. Posty na Facebook'u	Liczba postów zamieszczonych na Facebook'u dot. realizowanych przez LGD działań – min 1 inf./rok		0,00
				1.3 Artykuły zamieszczone na stronach internetowych JST	Liczba informacji zamieszczonych na stronach internetowych JST dot. realizowanych przez LGD działań – 1 komplet (9 informacji)/rok		0,00
				1.4 Wysyłanie informacji mailowo	Liczba informacji wysłanych mailowo dot. realizowanych przez LGD działań min. 1 inf./rok		0,00
				1.5 Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD	Liczba wydarzeń w których LGD uczestniczy – min. 5 wydarzeń.		5 000,00 €



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



2025	<p>II. Informowanie mieszkańców obszaru LGD o LSR, w tym m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - jej głównych celach, - typach operacji, - zasadach przyznawania pomocy, - kryteriach oceny: w tym zastosowaniu innowacyjności, - konsultowanie zmian wprowadzanych do LSR i lokalnych kryteriów wyboru operacji. <p><i>(Działanie realizowane w przypadku zmian w LSR, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny)</i></p>	Kampania informacyjno-promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym NGO, JST i ich jednostki, przedsiębiorcy, osoby fizyczne, a w szczególności grupy w niekorzystnej sytuacji; - sołtysi i liderzy lokalnych społeczności, - mieszkańcy obszaru objętego LSR; - członkowie LGD 	2.1. Publikacje na stronie internetowej LGD	Liczba informacji umieszczonych na stronie internetowej LGD dot. LSR – min.1 inf./ aktualizację	<p>Sposób badania:</p> <p>Monitoring oglądalności strony LGD, wyświetleń postów na portalu społecznościowym.</p> <p>Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu</p> <p>Dokumentacja potwierdzająca udział w wydarzeniu np. zdjęcia, karta udzielonego doradztwa itp...)</p> <p>Efekty działań:</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p> <p>Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji</p>	0,00
				2.2. Posty na Facebook'u	Liczba postów zamieszczonych na Facebook'u dot. realizowanych przez LGD działań – min.1 inf./ aktualizację		0,00
				2.3. Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Liczba spotkań informacyjno-szkoleniowych – 1 spotkanie/aktualizację		200,00 €



Fundusze Europejskie

Rzeczpospolita
PolskaDofinansowane przez
Unię Europejską

2025	III. Informowanie mieszkańców obszaru LGD o ogłaszanych konkursach m.in. terminach przyjmowania wniosków, zasadach aplikowania, realizacji i rozliczania projektów, informowanie o wynikach naborów <i>(Działanie realizowane przed każdym naborem wniosków)</i>	Działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne.	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym NGO, JST i ich jednostki, przedsiębiorcy, osoby fizyczne, a w szczególności grupy w niekorzystnej sytuacji; - beneficjenci realizujący projekty; - sołtysi i liderzy lokalnych społeczności, - mieszkańcy obszaru objętego LSR; - członkowie LGD	3.1 Wysyłanie informacji o naborach - mailing	Liczba informacji przekazanych adresatom działań komunikacyjnych dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 2 inf./nabór	Sposób badania: Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa. Efekty działań: Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana na podstawie analizy złożonych wniosków o przyznanie pomocy w stosunku do zaplanowanych wskaźników.	0,00
				3.2 Informacje o naborach zamieszczone na stronie internetowej LGD	Liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 2 inf./nabór		0,00
				3.3 Informacje o naborach zamieszczone na stronach internetowych JST	Liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej JST dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 9 inf./nabór		0,00
				3.4 Informacje o naborach zamieszczone na facebooku	Liczba informacji zamieszczonych na facebooku dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 1 inf./nabór		0,00
				3.5 Spotkania informacyjne przed naborami	Liczba spotkań informacyjnych dla interesariuszy dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 9 spotkań./nabór		2 000,00 €
				3.6 Doradztwo indywidualne w biurze LGD	Liczba udzielonego doradztwa/porad/informacji nt. Realizowanego wsparcia – min. 10 osób/nabór		0,00

W przypadku problemów z realizacją LSR, działania informacyjne będą ukierunkowane na grupę docelową, tak aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców. Przede wszystkim publikowane będą informacje na lokalnych portalach, na tablicach ogłoszeń, przeprowadzone zostaną dodatkowe spotkania informacyjne, przekazane zostaną



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



ogłoszenia do sołtysów i lokalnych liderów

2025	IV. Poznanie opinii o jakości działań podejmowanych przez LGD i usług doradczych świadczonych przez pracowników LGD.	badanie satysfakcji klienta oraz ocena przez członków i pracowników LGD	- wnioskodawcy / beneficjenci LGD, - uczestnicy spotkań informacyjnych, - członkowie LGD, - pracownicy LGD.	4.1 Ankiety wypełniane przez wnioskodawców / beneficjentów poszczególnych typów operacji	Liczba wypełnionych ankiet przez beneficjentów – 20 szt.	Sposób badania: Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana cyklicznie po przeprowadzonych działaniach Efekty działań: Działania komunikacyjne będą podlegały stałej ewaluacji i monitoringowi pod kątem ich jakości, trafności w realizacji celów komunikacyjnych i skuteczności w dotarciu do grup docelowych.	0,00
				4.2 Ankiety wypełniane po spotkaniu informacyjnym	Liczba wypełnionych ankiet przez uczestników spotkań informacyjnych – 20 szt.		0,00
RAZEM BUDŻET NA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE							€ 6 200,00

PREZES ZARZADU

mgr inż. Paweł Gardy

Stowarzyszenie
„Lasowiacka Grupa Działania”
39-460 Nowa Dęba, ul. M. Reja 7
NIP: 8672185317, REGON: 180387634
KRS: 0000319475