

Tabela 1. Plan komunikacji (z zakładanymi wskaźnikami realizacji działań komunikacyjnych oraz ich efektów)

Nazwa działania komunikacyjnego	Cel działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania	Budżet (w zł)	Badanie efektywności działania komunikacyjnego	2024	2025	2026	2027	2028	2029
1. Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR na lata 2023-2027 oraz działalności LGD	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach).</p> <p>Uzasadnienie w stosunku do potrzeb grup docelowych: niewystarczająca wiedza lokalnej społeczności, w tym wnioskodawców i otoczenia zewnętrznego, o założeniach oraz możliwości pozyskania środków w ramach realizacji LSR, potrzeba budowania pozytywnego wizerunku LGD w otoczeniu.</p>	<p>Lokalna społeczność zamieszkująca obszar LSR, w tym grupy w niekorzystnej sytuacji.</p> <p>Potencjalni wnioskodawcy (mieszkańcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne, jsfp i jednostki podległe). Członkowie organów LGD.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Internet (oficjalna strona internetowa, newsletter, profil na portalu społeczn.), - Konferencje otwierająca realizację LSR, - Spotkania informacyjno-konsultacyjne, - Punkt konsultacyjny w siedzibie LGD oraz stoiska informacyjne na lokalnych imprezach, - E-maile informacyjne, kontakt telefoniczny, - Ogłoszenia w instytucjach publicznych, - Szkolenia, konferencje i spotkania informacyjne, w tym przygotowanie materiałów szkoleniowych, np. prezentacji), - Materiały szkoleniowe (prezentacje). 	<p>Liczba konferencji (konferencja otwierająca) – 1</p> <p>Liczba artykułów na stronie internetowej i portalu społecznościowym (rocznie) – 5</p> <p>Liczba wejść na stronę www (rocznie) – 2000</p> <p>Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych - 4</p>	<p>10.000,00</p> <p>ND</p> <p>ND</p> <p>1.000,00/spotkanie</p>	<p>Monitoring oglądalności strony www LGD, ankieta powadzona na www lub w biurze LGD badająca skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedze o LGD, monitoring liczby osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych.</p> <p>Zakładane efekty działań komunikacyjnych: poinformowanie i podniesienie wiedzy lokalnej społeczności w zakresie założeń i możliwości pozyskania środków w ramach LSR oraz działalności LGD.</p>		X	X	X	X	
2. Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFROW	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, jsfp, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LSR, grupy osób w niekorzystnej sytuacji.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD 	<p>Artykuł zamieszczony na stronie LGD – 1 (aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych)</p>	<p>ND</p>	<p>Monitoring oglądalności strony www LGD.</p> <p>Zakładane efekty działań komunikacyjnych: poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI.</p>		X	X	X	X	X

Tabela 1. Plan komunikacji (z zakładanymi wskaźnikami realizacji działań komunikacyjnych oraz ich efektów)

<p>3. Spotkania informacyjno-szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny stosowanych przez Radę i zasadach realizacji projektów.</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, jsfp, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LSR, grupy osób w niekorzystnej sytuacji.</p>	<p>- Spotkania informacyjno-szkoleniowe.</p>	<p>Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych – min 1 przed każdym naborem</p> <p>Liczba osób uczestnicząca w spotkaniach informacyjno-szkoleniowych – 100 (wskaźnik własny)</p>	<p>1.000,00/ spotkanie</p>	<p>Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych, monitoring ilości osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno-szkoleniowych).</p> <p>Zakładane efekty działań komunikacyjnych: podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>4. Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji.</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy (w zależności od naboru).</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD, - Mailing, tablice informacyjne w siedzibach i strona internetowa gmin członkowskich, - Informacja na portalu społecznościowym.</p>	<p>Liczba artykułów na stronie internetowej LGD – 10</p> <p>Informacja na portalu społecznościowym - 10</p> <p>Liczba ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych – 11/nabór (wskaźnik własny)</p>	<p>ND</p> <p>ND</p> <p>ND</p>	<p>Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia.</p> <p>Zakładane efekty działań komunikacyjnych: poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>5. Profesjonalne wsparcie wnioskodawców i beneficjentów LSR</p>	<p>Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów, informowanie na temat warunków i sposobów realizacji oraz rozliczenia projektów.</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności uprawnieni do wnioskowania w konkursie.</p>	<p>- Doradztwo indywidualne udzielane w biurze LGD (także mailowo i telefonicznie) oraz podczas szkoleń.</p>	<p>Liczba podmiotów, którym udzielono doradztwa (na podstawie kart i ewidencji udzielonego doradztwa) - 200</p>	<p>ND</p>	<p>Karty doradztwa/ewidencja udzielonego doradztwa.</p> <p>Zakładane efekty działań komunikacyjnych: podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobu realizacji oraz rozliczenia projektów.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	

Tabela 1. Plan komunikacji (z zakładanymi wskaźnikami realizacji działań komunikacyjnych oraz ich efektów)

<p>6. Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia operacji</p>	<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD.</p>	<p>Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji.</p>	<p>- Ankieta wypełniana po doradztwie.</p>	<p>Liczba uzupełnionych ankiet dystrybuowanych wśród wnioskodawców i beneficjentów - 160</p> <p>Liczba osób zadowolonych z doradztwa świadczonego przez LGD - 160</p>	<p>ND</p> <p>ND</p>	<p>Badanie ankietowe.</p> <p>Zakładane efekty działań komunikacyjnych: uzyskanie zewnętrznej informacji na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>
<p>7. Działalność bieżąca LGD służąca podnoszeniu jakości świadczonych usług oraz integracji członków stowarzyszenia</p>	<p>Doskonalenie i profesjonalizacja działalności LGD oraz utrzymanie wysokiego standardu obsługi, efektywnego wdrażania LSR przy jednoczesnym wzroście integracji wewnętrznej LGD.</p>	<p>Członkowie, organy, pracownicy LGD.</p>	<p>- Udział w szkoleniach, warsztatach, konferencjach, - Organizacja spotkań, wyjazdów integracyjnych, - Utrzymywanie kontaktów z instytucjami odpowiedzialnymi za wdrażanie PS WPR, - Udział w projektach partnerskich, - Bieżący monitoring i ewaluacja.</p>	<p>Ilość wydarzeń zrealizowanych w ramach działalności bieżącej (rocznie) – 1</p> <p>Ilość wydarzeń zewnętrznych, na których reprezentowana była LGD (rocznie) – 3</p> <p>Liczba wydarzeń integracyjno-edukacyjnych dla członków i organów LGD (rocznie) – 1</p> <p>Liczba osobodni szkoleń dla pracowników oraz organów (rocznie) - 20</p>	<p>10.000,00</p> <p>3.000,00*</p> <p>5.000,00**</p> <p>3.000,00</p>	<p>Monitoring i ewaluacja działalności bieżącej, badania ankietowe.</p> <p>Zakładane efekty działań komunikacyjnych: podniesienie jakości świadczonych przez LGD usług, integracja i polepszenie współpracy członków i pracowników stowarzyszenia.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>

