

Plan komunikacji - Załącznik nr 5

do Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność na lata 2016-2022

Działania komunikacyjne, odpowiadające im środki przekazu oraz zidentyfikowani adresaci poszczególnych działań komunikacyjnych				
Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Metody działań
I połowa 2016 r. r./2017/2018/2019/2020 do końca realizacji LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016 – 2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2022 oraz zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacja pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGR (w tym także przedstawiciele grup nieformalnych)	<ul style="list-style-type: none"> rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną (newsletter LGD), informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD Kraina Trzech Rzek, informowanie na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD, ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook), ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK), organizacja spotkań informacyjno – konsultacyjnych na obszarze LGD, artykuły w prasie lokalnej
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)			
I połowa 2016 r./2017 oraz II połowa 2018/2019/2020 r.	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów.	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz projektodawcy	<ul style="list-style-type: none"> spotkania, szkolenia, doradztwo indywidualne, dyżur w siedzibie LGD
I połowa 2016 r./2017/2019/2020 do końca realizacji LSR oraz II połowa 2018	Aktywizacja potencjalnych uczestników projektów (odbiorców projektów), w tym przedstawicieli grup defaworyzowanych	Informacja na temat możliwości włączenia się do realizowanych projektów oraz potencjalnych korzyści oraz możliwości samo	Mieszkańcy obszaru, przedstawiciele grup defaworyzowanych, wskazanych w LSR (m.in. Kobiety bezrobotne lub ubezpieczone w KRUS, osoby młode do 35 roku	<p>Do mieszkańców</p> <ul style="list-style-type: none"> rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną (newsletter LGD), informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD Kraina Trzech Rzek,

Załącznik do Uchwały nr 38/2018 Zarządu Stowarzyszenia LGD Kraina Trzech Rzek

		zatrudniania, bądź objęcia działaniem kwalifikacyjnym w ramach realizowanych projektów	życia oraz osoby w wieku 55 +)	<ul style="list-style-type: none"> informowanie na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD, ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook), organizacja spotkań informacyjno – konsultacyjnych na obszarze LGD, artykuły w prasie lokalnej, organizacja spotkań informacyjno konsultacyjnych w każdej z gmin obszaru LGD biuletyny gminne <p>Grupy defaworyzowane</p> <ul style="list-style-type: none"> rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną (newsletter LGD), informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD Kraina Trzech Rzek, informowanie na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD, ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook)
II połowa 2018 r. (i odpowiednio w kolejnych latach)	Zapewnienie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych i kierunków rozwojowych realizowanych przy pomocy LSR	Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowanych	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	<ul style="list-style-type: none"> publikacja dobrych praktyk projektowych, promocja skutecznych działań na oficjalnej stronie internetowej LGD oraz na stronach gmin tworzących obszar LGD, artykuł w biuletynach gminnych

Załącznik do Uchwały nr 38/2018 Zarządu Stowarzyszenia LGD Kraina Trzech Rzek

<p>II połowa 2016 r. (i odpowiednio w kolejnych latach</p>	<p>Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD oraz informowania o zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie</p>	<p>Badanie opinii i satysfakcji beneficjentów</p>	<p>Beneficjenci</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ankieta online na oficjalnej stronie LGD, • ankiety po doradztwie, szkoleniu
---	---	---	---------------------	---

Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych oraz planowane efekty działań komunikacyjnych:

Nazwa działania komunikacyjnego	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty
<p>Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016 – 2022 oraz zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • wysłanie 250 maili w ramach newslettera, • zamieszczenie 5 artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 4 gmin), • opublikowanie artykułu w biuletynach gminnych, • organizacja 18 spotkań informacyjno – konsultacyjnych (ok. 20 osób na każde spotkanie, badanie ankietowe po spotkaniu) 	<ul style="list-style-type: none"> • dotarcie do co najmniej 500 osób z informacjami o LSR na lata 2016 – 2022 oraz informacjami o kryteriach wyboru operacji, • podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców i potencjalnych beneficjentów o głównych założeniach LSR (wyniki ankiety po spotkaniach), • zwiększenie liczby składanych wniosków konkursowych do roku 2018,
<p>Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<ul style="list-style-type: none"> • przyjęcie 50 osób w punkcie konsultacyjnym w Biurze LGD, • organizacja 20 spotkań szkoleniowych i doradczych 	<ul style="list-style-type: none"> • podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (wyniki ankiet po spotkaniach szkoleniowych i doradczych)
<p>Informacja na temat możliwości włączenia się do realizowanych projektów oraz potencjalnych korzyści oraz możliwości samozatrudnienia bądź objęcia działaniem kwalifikacyjnym w ramach</p>	<ul style="list-style-type: none"> • wysłanie 100 maili w ramach newslettera • dotarcie do 30 osób objętych wsparciem PUP lub OPS • zamieszczenie 5 artykułów na stronach 	<ul style="list-style-type: none"> • podniesienie poziomu wiedzy o propozycjach zawartych w LSR wśród osób z grup de faworyzowanych, • zwiększenie liczby projektów realizowanych w

Załącznik do Uchwały nr 38/2018 Zarządu Stowarzyszenia LGD Kraina Trzech Rzek

<p>realizowanych projektów</p>	<p>internetowych (LGD oraz 4 gmin),</p> <ul style="list-style-type: none"> • opublikowanie artykułu w biuletynach gminnych, • organizacja 4 spotkań informacyjno – konsultacyjnych (ok. 15 osób na każde spotkanie) 	<p>ramach celu szczegółowego 2 (tym samym zwiększenie wskaźnika zatrudnienia)</p>
<p>Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowanych</p>	<ul style="list-style-type: none"> • publikacja 1 opracowania nt. dobrych praktyk realizacji projektów w ramach LSR, • zamieszczenie 5 artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 4 gmin), • opublikowanie artykułu w biuletynach gminnych, • zamieszczenie informacji na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook) • organizacja 4 spotkań informacyjno – konsultacyjnych (ok. 15 osób na każde spotkanie) 	<ul style="list-style-type: none"> • dotarcie do co najmniej 450 osób z przykładami zrealizowanych projektów, • podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o efektach realizacji LSR
<p>Badanie opinii i satysfakcji beneficjentów</p>	<ul style="list-style-type: none"> • zebranie łącznie 200 ankiet (online oraz po doradztwie, szkoleniu) 	<ul style="list-style-type: none"> • pozyskanie informacji o koniecznych zmianach w procesie świadczenia pomocy przez LGD oraz możliwości podniesienia jego jakości

• **Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu:**

Realizacja planu komunikacji zakłada jego bieżące dostosowywanie do procesu wdrażania LSR i obejmuje wprowadzanie zmian polegających na realizacji w danym okresie tych działań komunikacyjnych, które dotyczą bezpośrednio realizowanych przez LGD działań związanych z realizacją harmonogramu naboru wniosków, projektów grantowych, operacji własnych i projektów współpracy.

Zastosowane w planie komunikacji działania oraz wykorzystane środki przekazu podlegać będą cyklicznym badaniom przynoszonych efektów oraz – związanej z nimi – racjonalności budżetowej. Dodatkowo większość zaplanowanych narzędzi komunikacji przewiduje otrzymanie informacji zwrotnej lub aktywny udział mieszkańców. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Przed wprowadzeniem każdej modyfikacji w ramach planu naprawczego przewiduje się zarówno poinformowanie odbiorców planu komunikacyjnego (za pomocą newslettera, stron internetowych oraz portali społecznościowych), jak i konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami oraz grupami docelowymi – za pomocą ankiet oraz podczas otwartych spotkań konsultacyjnych.

- **Opis wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych, sposobu ich wykorzystania w procesie realizacji:**

Plan komunikacji przewiduje działania dotyczące zbieranie informacji o funkcjonowaniu LGD oraz poziomu zadowolenia z realizacji LSR. W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Przewiduje się wśród nich przede wszystkim: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR oraz ponowne skonsultowanie ich (tymi samymi metodami) ze społecznością lokalną.