Harmonogram realizacji Planu komunikacji na rok 2021

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **nr** | **działanie komunikacyjne** | **cel komunikacji** | **termin** | **środki przekazu** | **wskaźnik** | **liczba** | **adresaci** | **rezultat** | **Planowany koszt** |
| 1. | Kampania informacyjna dotycząca założeń i realizacji LSR. |
| 1.1 | Kampania informacyjna dotycząca założeń i realizacji LSR (artykuł na stronie www). | Informowanie mieszkańców o:bieżącej działalności LGD, planowanych naborach, zasadach przyznawania dofinansowań, lokalnych kryteriach wyboru, realizowanych/ zrealizowanych projektach w ramach wdrażania LSR. | W każdym półroczu | Strony internetowe (m.in. LGD i Gmin) | Artykuł na stronie www | 2 | Mieszkańcy obszaru LGD w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych. | Zwiększenie wiedzy mieszkańców o realizowanej Strategii i działaniach realizowanych przez LGD. | 0,00 |
| 1.2 | Kampania informacyjna dotycząca założeń i realizacji LSR (artykuł w biuletynie gminnym/ gazecie). | biuletyny gminne/ gazety | Artykuł w biuletynie gminnym/ gazecie | 2 | 0,00 |
| 1.3 | Kampania informacyjna dotycząca założeń i realizacji LSR (zasięg postu na Facebook). | Media społecznościowe | Zasięg postu na Facebook | 500 | 0,00 |
| 1.4 | Kampania informacyjna dotycząca założeń i realizacji LSR (Liczba wysłanych kampanii mailingowych). | Newsletter | Liczba wysłanych kampanii mailingowych | 2 | 0,00 |
| 2. | Spotkania/ dyżury informacyjne. |
| 2.1 | Spotkania/ dyżury informacyjne (liczba spotkań/ dyżurów). | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów oraz lokalnych kryteriach wyboru operacji | Przed każdym naborem. | Spotkania/ dyżury w gminach członkowskich | Liczba spotkań/ dyżurów | 7 | Mieszkańcy obszaru LGD w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych. | Podniesienie wiedzy uczestników spotkań/ dyżurów w zakresie zasad przyznawania dotacji. | 1000,00 |
| 2.2 | Spotkania/ dyżury informacyjne (liczba osób przeszkolonych). | Liczba osób przeszkolonych | 60 |
| 3. | Szkolenia dla beneficjentów. |
| 3.1 | Szkolenia dla beneficjentów (liczba szkoleń). | Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów. | II połowa roku | Szkolenia/ dyżury doradcze z zakresu realizacji operacji/ zadań | Liczba szkoleń | 2 | Beneficjenci/ Grantobiorcy. | Podniesienie wiedzy uczestników szkoleń w zakresie realizacji operacji. | 1000,00 |
| 3.2 | Szkolenia dla beneficjentów (liczba osób przeszkolonych). | Liczba osób przeszkolonych | 20 |
| 4. | Wydarzenia aktywizujące |
| 4.3 | Wydarzenia aktywizujące (Liczba wydarzeń). | Aktywizowanie mieszkańców. | I i II półrocze | Inne wydarzenia aktywizujące | Liczba wydarzeń | 2 | mieszkańcy obszaru i turyści. | Zwiększenie aktywności mieszkańców i promowanie obszaru. | 10 000,00 |
| 4.4 | Wydarzenia aktywizujące (Liczba uczestników). | Promocja obszaru. | Liczba uczestników | 100 |
| 5. | Badanie opinii odbiorców działań LGD. |
| 5.1 | Badanie opinii odbiorców działań LGD (Liczba pozyskanych ankiet po spotkaniu/ szkoleniu). | Pozyskiwanie zwrotnej informacji dotyczącej działalności LGD Kraina Trzech Rzek. | Po każdym spotkaniu | Ankieta ewaluacyjna po spotkaniu/ szkoleniu | Liczba pozyskanych ankiet | 34 | uczestnicy spotkań/ szkoleń. | Zwiększenie wiedzy na temat satysfakcji odbiorców z uczestnictwa w działaniach komunikacyjnych - przynajmniej 70% uczestników zadowolona z uczestnictwa w spotkaniach/ szkoleniach. | 0,00 |
| 5.2 | Badanie opinii odbiorców działań LGD (Liczba pozyskanych ankiet). | Listopad - grudzień | Ankieta ewaluacyjna dotycząca funkcjonowania biura LGD analogowa i online | Liczba pozyskanych ankiet | 20 | mieszkańcy obszaru LSR. | Zwiększenie wiedzy na temat satysfakcji odbiorców z uczestnictwa w działaniach komunikacyjnych - przynajmniej 70% uczestników zadowolona z funkcjonowania biura LGD. | 0,00 |