|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI**  **NAZWA LGD: Stowarzyszenie LGD Kwiat Lnu** | | | | | | | | |
| **I** | **II** | **III** | **IV** | **V** | **VI** | **VII** | **VIII** | **IX** |
| **1.**  **TERMIN REALIZACJI** | **NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO** | **ZAKŁADANY WSKAŹNIK** | **BUDŻET** | **ADRESACI DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO** | **ŚRODKI/NARZĘDZIA KOMUNIKACJI/PRZEKAZU** | **PLANOWANE EFEKTY DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH** | **UZASADNIENIE**  **ADEKWATNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH I ŚRODKÓW PRZEKAZU DO CELÓW I WSKAŹNIKÓW REALIZACJI TYCH DZIAŁAŃ** | **UZASADNIENIE**  **ADEKWATNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH DO BUDŻETU TYCH DZIAŁAŃ** |
| **1.**  **III**  **KWARTAŁ**  **2021** | Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD | 1 - Liczba wydarzeń promocyjnych | 700 zł. W 2021 roku LGD weźmie udział wwydarzeniach promocyjnym w postaci np. targów i innych imprez. Koszt obejmuje koszt transportu oraz opłatę za stoiska. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba wydarzeń promocyjnych | Ogół mieszkańców | Wydarzenia promocyjne | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD | Udział wwydarzeniu promocyjnym doskonale wpisuje się w utrzymanie dobrego wizerunku, rozpoznawalności LGD oraz informowaniu o obszarze. | Udział w wydarzeniach promocyjnych jest niezbędny dla wzrostu rozpoznawalności LGD. Koszty założone w tym punkcie są niezbędne i racjonalne dla osiągnięcia tego celu. |
| **2.**  **III, IV**  **KWARTAŁ**  **2021** | Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD | 8 – liczba zrealizowanych inicjatyw | 8000 – koszt zorganizowania inicjatyw partnerskich | Ogół mieszkańców | Lokalne inicjatywy - wydarzenia | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD | Realizacja inicjatyw partnerskich doskonale wpisuje się w utrzymanie dobrego wizerunku, rozpoznawalności LGD.  Podczas działań ich uczestnicy będą mogli zapoznać się z działalnością Lokalnej Grupy Działania oraz mieć możliwość uczestniczenia w późniejszych pracach nad kolejną strategią rozwoju. | Realizacja inicjatyw lokalnych przyczyni się do wzrostu rozpoznawalności LGD.  Koszt niezbędny dla osiągnięcia celu. |
| **3.**  **I, III, IV**  **KWARTAŁ 2021** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 10 - Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej i pośredniej | bezkosztowo | przedstawiciele NGO i JST, osoby chcące założyć działalność gospodarczą | Komunikacja bezpośrednia, komunikacja telefoniczna, komunikacja e-mailowa | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR. | Udzielenie doradztwa potencjalnym wnioskodawco pozwoli na przekazanie informacji o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | bezkosztowo |
| **4.**  **II, III,IV**  **Kwartał**  **2021** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 4 - Liczba zorganizowanych spotkań w formie bezpośredniej | 800 zł. W ramach naborów planuje się szkolenia związanych z realizacją tego zadania (zasady, realizacja działań i rozliczanie . Koszt obejmuje poczęstunek oraz dojazd pracowników na szkolenia. | Potencjalni wnioskodawcy | Komunikacja bezpośrednia | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania oraz rozliczania wniosków na operacje w ramach LSR. | Podczas spotkań w formie bezpośredniej potencjalni wnioskodawcy zostaną poinformowani o możliwościach w ramach działania 19.2 | Dla osiągnięcia zakładanego efektu należy ponieść racjonalnie oszacowane koszty związane z dojazdem. Ponad to spotkanie będzie trwało 3 godziny dlatego planuje się poczęstunek. |
| **5.**  **IV**  **Kwartał**  **2021** | Badanie satysfakcji wnioskodawców dotyczące jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków - Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie | 10 -Liczba ankiet rozesłanych do wnioskodawców (zakończonych konkursów) | bezkosztowo | Osoby defaworyzowane, przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą, przedstawiciele NGO i JST | Ankiety rozesłane do wnioskodawców (zakończonych konkursów) | Zwrot ankiet | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie | bezkosztowo |
| **6.**  **II**  **Kwartał**  **2021** | Aktualizacja LSR | 1 - Liczba zorganizowanych spotkań w formie bezpośredniej | 100 zł. - koszt zakupu poczęstunku na spotkanie warsztatowe. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba spotkań informacyjno - konsultacyjnych | Ogół mieszkańców | Spotkanie w formie bezpośredniej | Włączenie społeczności i zwiększenie zainteresowanie mieszkańców działalnością LGD | Aktualizacja LSR podczas bezpośredniego spotkania z mieszkańcami pozwoli na włączenie społeczności w zaangażowanie LGD. | W związku z tym, że spotkanie będzie trwało ok. 3 godzin LGD zakupi poczęstunek. |
| **7.**  **II**  **Kwartał**  **2021** | Poinformowanie lokalnej społeczności o efektach z realizacji LSR | 1 - Liczba wydanych broszur promocyjnych | 3500 zł - projekt, druk (format: A3 łamany do A4, ilość:500 szt., kolor, papier kredowy 200g ) | Ogół mieszkańców | Wydawnictwa i publikacje | Wzrost wiedzy społeczności lokalnej nt. realizowanych wokół mich projektów, podwyższenie świadomości dot. działalności LGD, pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR | Wydanie  broszur promocyjnych  pozwoli na poinformowanie ogółu społeczeństwa o możliwościach w ramach działania 19.2 a także promocja zrealizowanych projektów | W celu poinformowania ogółu społeczeństwa o efektach zrealizowanych projektach należy ponieść koszt projektu i wydruku broszury informacyjnej w formie Głosu Leadera  oszacowany racjonalnie. |