

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 ADEKWATNOŚĆ I DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJ NYCH I ŚRODKÓW PRZEKAZU DO CELÓW I WSKAŹNIKÓW REALIZACJI TYCH DZIAŁAŃ	UZASADNIENIE ADEKWATNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH DO BUDŻETU TYCH DZIAŁAŃ
2. III KWARTAŁ 2017	Kampania informacyjna zorganizowana na terenie gmin objętych LSR	1 – liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronach internetowych LGD i partnerów	bezkosztowo	ogół mieszkańców	strony internetowa LGD i partnerów	Poinformowanie społeczności lokalnej o zasadach realizacji LSR, zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD	Wykorzystanie narzędzie jakim są strony internetowe i wysłanie 1 komunikatu umożliwia poinformowanie w krótkim czasie dużej części społeczeństwa o działalności LGD	bezkosztowo
3. I KWARTAŁ 2017	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD	1 - Liczba wydanych wydawnictw promocyjnych	13650,00 - Wydawnictw o promocyjne - mapa wrywana obszaru LGD	Ogół mieszkańców	stoiska promocyjne, wydarzenia promocyjne	Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD	Wydanie 1 materiału promocyjnego w postaci mapy obszaru doskonale wpisuje się w	Założony budżet policzony na podstawie rozeznania cenowego jest racjonalny i uzasadniony do

			wraz z atrakcjami, klejona w blokach po 100 sztuk, nakład 20000 sztuk papier 135 gram, druk obustronny kolorowy. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. liczba rodzajów wydanych materiałów informacyjnych str. 70 w LSR				utrzymanie dobrego wizerunku, rozpoznawalności LGD oraz informowaniu o obszarze.	planowanych efektów działań. Planowany nakład mapy (20 000) pozwoli na poinformowanie dużej ilości osób o obszarze LGD.
4. II, IV KWARTAŁ 2017	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD	2 - Liczba wydarzeń promocyjnych	1500 zł. W 2017 roku LGD weźmie udział w dwóch wydarzeniach promocyjnym w postaci np. targów. Koszt obejmuje	Ogół mieszkańców	Wydarzenia promocyjne	Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD	Udział w 2 wydarzeniach promocyjnych 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

			koszt transportu oraz opłatę za stoiska. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba wydarzeń promocyjnych str. 69 w LSR					celu.
5. I, II KWARTAŁ 2017	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD	2 - Liczba wysłanych informacji emailem do potencjalnych wnioskodawców	bezkosztowo	potencjalni wnioskodawców	mailing do potencjalnych wnioskodawców	Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD	Wysłanie 2 informacji drogą mailową wpływa na utrzymanie dobrego wizerunku wśród potencjalnych wnioskodawców.	bezkosztowo
6. I, III KWARTAŁ 2017	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD	2 -Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie internetowej LGD i partnerów	bezkosztowo	Ogół mieszkańców	strona internetowa LGD i partnerów	Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD	Zamieszczenie 2 informacji wpływa na utrzymanie dobrego wizerunku wśród potencjalnych wnioskodawców.	bezkosztowo

7. I, II, III, IV KWARTAŁ 2017	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	50 - 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 50 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
8. II, III, IV Kwartał	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze	2 - Liczba zorganizowanych spotkań w formie bezpośredniej	200 zł. W ramach naborów planuje się 2 szkoleń	Potencjalni wnioskodawcy	Komunikacja bezpośrednia	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych	Podczas 2 spotkań w formie bezpośredniej potencjalni	Dla osiągnięcia zakładanego efektu należy ponieść racjonalnie

	ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD		związanych z realizacją tego zadania (zasady, realizacja działań i rozliczanie . Koszt obejmuje poczęstunek oraz dojazd pracowników w na szkolenia. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba spotkań informacyjnych - konsultacyjnych			aspektach realizacji i składania oraz rozliczaniawniosków na operacje w ramach LSR.	wnioskodawcy zostaną poinformowani o możliwościach w ramach działania 19.2	oszacowane koszty związane z dojazdem. Ponadto spotkanie będzie trwało 3 godziny dlatego planuje się poczęstunek.
9. II, III Kwartał	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie	2 - Liczba opublikowanych postów na stronie LGD i partnerów	bezkosztowo	Potencjalni wnioskodawcy	strona internetowa LGD i partnerów	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach	Umieszczenie 2 postów na stronie LGD i partnerów pozwoli na poinformowanie o możliwościach w ramach działania 19.2	bezkosztowo

	operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD					LSR.		
10. II, III , IV Kwartał	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	3 - Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach	700 zł. - Koszt ogłoszenia w lokalnych mediach dwóch informacji tj. terminu szkoleń oraz terminów naborów Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba ogłoszeń w prasie	Potencjalni wnioskodawcy	Ogłoszenia w lokalnych mediach	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR.	Zamieszczenie 3 ogłoszeń w lokalnych mediach pozwoli na poinformowanie i o możliwościach w ramach działania 19.2	Dla osiągnięcia zakładanego efektu należy ponieść racjonalnie oszacowane koszty związane z ogłoszeniem informacji na temat terminu i naboru na poszczególne działania.
11. II, IV Kwartał	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli	2 - Liczba wydrukowanych rodzajów plakatu	200 zł. - Koszt dwóch rodzajów plakatów dotyczących terminu szkoleń oraz	Potencjalni wnioskodawcy	plakaty	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i	Wydrukowane 2 rodzaje plakatów pozwoli na poinformowanie i o możliwościach	W celu poinformowania potencjalnych wnioskodawców o możliwościach dotyczących naboru za pomocą

	środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD		terminów naborów Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba rodzajów wydanych materiałów informacyjnych			składania wniosków na operacje w ramach LSR.	w ramach działania 19.2	plakatów należy ponieść koszt wydruku plakatów oszacowany racjonalnie.
12. II, III Kwartał	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	2 - Liczba informacji emailowych wysłanych do potencjalnych wnioskodawców	bezkosztowo	Przedstawiciele NGO i JST	mailing do potencjalnych wnioskodawców	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR.	Wysłanie informacji drogą mailową daje możliwość szybkiego i celowego przekazania informacji odpowiedniej grupie beneficjentów	bezkosztowo
13. II Kwartał	Aktualizacja LSR	1 - Liczba zorganizowanych spotkań w formie	100 zł. - koszt zakupu poczęstunku na spotkanie	Ogół mieszkańców	Spotkanie w formie bezpośredniej	Włączenie społeczności i zwiększenie zainteresowanie	Aktualizacja LSR podczas bezpośredniego spotkania z	W związku z tym, że spotkanie będzie trwało ok. 3 godzin LGD zakupi

		bezpośredniej	warsztatowe . Zgodnie z przedsięwzię ciem 1.2.2. - liczba spotkań informacyjno - konsultacyjn ych			mieszkańców działalnością LGD	mieszkańcami pozwoli na włączenie społeczności w zaangażowani e LGD.	poczęstunek.
--	--	---------------	--	--	--	----------------------------------	---	--------------

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI

NAZWA LGD: Stowarzyszenie LGD Kwiat Lnu