

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.  I KWARTAŁ 2019	Kampania informacyjna zorganizowana na terenie gmin objętych LSR – poinformowanie lokalnej społeczności o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	1 – liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronach internetowych LGD	bezkosztowo	ogół mieszkańców	strony internetowa LGD	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.  III KWARTAŁ	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności	1 - Liczba wydarzeń promocyjnych	1500 zł. W 2019 roku LGD weźmie	Ogół mieszkańców	Wydarzenia promocyjne	Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających	Udział w wydarzeniu promocyjnym	Udział w wydarzeniach promocyjnych jest

<b>2019</b>	LGD		udział w wydarzeniu 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			LGD	doskonale wpisuje się w utrzymanie dobrego wizerunku, rozpoznawalności LGD oraz informowaniu o obszarze.	niezbędny dla wzrostu rozpoznawalności LGD. Koszty założone w tym punkcie są niezbędne i racjonalne dla osiągnięcia tego celu.
<b>4. I, II KWARTAŁ 2019</b>	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
<b>5. I, II</b>	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności	2 -Liczba zamieszczonych ogłoszeń na	bezkosztowo	Ogół mieszkańców	strona internetowa LGD	Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających	Zamieszczenie 2 informacji wpływa na	bezkosztowo

<b>KWARTAŁ 2019</b>	LGD	stronie internetowej LGD				LGD	utrzymanie dobrego wizerunku wśród potencjalnych wnioskodawców.	
<b>6.  I, II, III, IV KWARTAŁ 2019</b>	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	11 - 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 wnioskodawcom 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	bezkosztowo

							przez Radę LGD	
<b>7.</b>  <b>I, II Kwartał 2019</b>	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	600 zł. W ramach naborów planuje się szkolenia związanych z realizacją tego zadania (zasady, realizacja działań i rozliczanie . Koszt obejmuje poczęstunek oraz dojazd pracowników w 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 4 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. Ponadto spotkanie będzie trwało 3 godziny dlatego planuje się poczęstunek.
<b>8.</b>  <b>I, II Kwartał 2019</b>	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach	3 - 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 LSR.	Umieszczenie 3 postów na stronie LGD i partnerów pozwoli na poinformowanie o możliwościach w ramach działania 19.2	bezkosztowo

	niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD							
<b>9. I, III, IV Kwartał 2019</b>	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 ogłoszeń w lokalnych mediach	2000 zł. - Koszt ogłoszenia w lokalnych mediach czterech 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 4 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.
<b>10. I, II, III, IV Kwartał 2019</b>	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na	5- Liczba wydrukowanych rodzajów plakatu	100 zł. - Koszt pięciu rodzajów plakatów dotyczących terminu szkoleń oraz terminów naborów	Potencjalni wnioskodawcy	plakaty	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na	Wydrukowanie 5 rodzajów plakatów pozwoli na poinformowanie i o możliwościach w ramach działania 19.2	W celu poinformowania potencjalnych wnioskodawców o możliwościach dotyczących naboru za pomocą plakatów należy ponieść koszt

	dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD					operacje w ramach LSR.		wydruku plakatów oszacowany racjonalnie.
<b>11.</b> <b>I, II</b> <b>Kwartał</b> <b>2019</b>	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 informacji e-mailowych 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
<b>12.</b> <b>IV</b> <b>Kwartał</b> <b>2019</b>	Badanie satysfakcji wnioskodawców dotyczące jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania	30 -Liczba ankiet rozesłanych do wnioskodawców (zakończonych konkursów)	bezkosztowo	Osoby defaworyzowane, przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą,	Ankiety rozesłane do wnioskodawców (zakończonych konkursów)	Zwrot ankiet	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej	bezkosztowo

	wniosków - Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie			przedstawiciele NGO i JST			przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	
<b>13.</b> <b>II</b> <b>Kwartał</b> <b>2019</b>	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 informacyjnych - 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.

### **HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI**

**NAZWA LGD: Stowarzyszenie LGD Kwiat Lnu**