28/11/2018

| Termin | Cel komunikacji | Nazwa działania komunikacyjnego | Adresaci działania komunikacyjnego | Środki przekazu | Wskaźniki wraz z wartościami | Planowany/prognozowany budżet | Planowane efekty działań komunikacyjnych |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| I połowa 2019I połowa 2019I połowa 2019I połowa 2019 | Cel. 1, cel 2Cel 1,2,3,4  | Materiały drukowaneOn lineBieżąca aktualizacji treści na stronie www oraz innych dostępnych źródłach komunikacji online opracowanie i regularna wysyłka newslettera. | - potencjalni wnioskodawcy,- społeczność lokalna,- wszystkie grupy defaworyzowane- potencjalni wnioskodawcy,- społeczność lokalna,- młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne | Plakaty dotyczące naborów wniosków/wydarzeń/działalności LGD | Liczba wydrukowanych plakatów – min. 200 sztuk | 0,00 zł0,00 zł0,00 zł0,00 zł0,00 zł650,00 zł(koszt oszacowano na podstawie roku 2018r.)1600,00 zł(koszt oszacowano na podstawie wyliczenia przedstawionego przez lokalne radio)150,00 zł( koszt oszacowano na podstawie roku 2018 r) 50,00 zł koszt poczęstunku( szkolenie zostanie przeprowadzone przez pracownika LGD) 0,00 zł5 400,00 zł,( koszt oszacowano na podstawie katalogu z materiałami promocyjnymi Podarowane .pl i rozmów z właścicielami zakładów introligatorskich)0,00 zł25 000,00 zł( koszt oszacowano na postawie roku 2018 r. )50,00 zł (koszt poczęstunku)0,00 zł0,00 zł0,00 zł0,00 zł0,00 zł1600,00 zł (koszt oszacowano na podstawie wyliczenia przedstawionego przez lokalne radio(3x 50 zł 150,00 zł jj. (koszt poczęstunku, spotkanie zostanie przeprowadzone przez pracownika LGD)50,00 zł – koszt poczęstunku ( szkolenie zostanie przeprowadzone przez pracownika LGD) | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi na plakatach min. 200 ( weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu ( WZ) |
| Broszury informacyjne | Liczba wydrukowanych broszur – 200 sztuk | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi w broszurach min. 200 ( weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu ( WZ)  |
| Ulotki | Liczba wydrukowanych ulotek ulotek - 400 |  - liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi na ulotkach min. 400 ( weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu ( WZ)  |
| Lokalne portale informacyjne; | Liczba artykułów na lokalnych portalach informacyjnych – min. 3 | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami na lokalnych portalach – min. 60 osób. Weryfikacja na podstawie licznika danego artykułu. |
| Artykuły na stronie internetowej LGD/social media-facebook, www newletter( strona LGD) | Liczba artykułów na stronie LGD -min. 3Liczba odwiedzin strony internetowej – min. 1 tys.  | - liczba unikatowych użytkowników, które zapoznały się z informacjami na stronie www. – min. 1 tys. ( weryfikacja na podstawie licznika wejść) |
| Cel 1,2 | Promocja w lokalnych mediach | - potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna- wszystkie grupy defaworyzowane- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna | Artykuły w prasie lokalnej: ( Ogłoszenie/artykuł w prasie ) | Liczba artykułów w prasie – 1 sztuka |  - liczba osób poinformowanych 2,5 tys. ( weryfikacja na podstawie inf. na temat sprzedaży gazety.)Nakład gazety to około 5 tys., zakłada się, że około 50 % czytelników zapozna się z artykułem |
| Kampanie informacyjne w w radiu:Radio Żnin | Liczba kampanii w lokalnym radiu lokalnym – 2 | - liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR min. 7 tys. ( weryfikacja na podstawie inf. uzyskanej z radia na temat słuchalności). Radio swym zasięgiem obejmuje m. in cały powiat żniński zamieszkały przez około 70 tys. mieszkańców, zakłada się że do minimum 10 % mieszkańców dotrze inf. dotycząca LSR. Wartość wskaźnika stała cez względu na liczbę kampanii w roku. |
| Cel 1, 2 | Spotkania/wydarzenia adresowane do mieszkańców | - potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna- wszystkie grupy defaworyzowane | Spotkania /wydarzenia adresowane do mieszkańców (Wykłady, pogadanka, materiały szkoleniowe) | Liczba spotkań/wydarzeń adresowanych do mieszkańców– min 3 | - liczba osób, uczestniczących w spotkaniach informacyjno – konsultacyjnych min. 65 ( weryfikacja na podstawie listy obecności)- liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD (80 % (weryfikacja na podstawie ankiet) |
| Cel 1 | Szkolenia dla mieszkańców | Przyszli wnioskodawcy w ramach LSR w tym grypy defaworyzowane  | Szkolenia z pisania i rozliczania projektów( wykłady, warsztaty, materiały szkoleniowe)  | Liczba szkoleń dla mieszkańców - min. 1  | - liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczący zasad wypełniania wniosków, załączników min. 20 osób ( weryfikacja na podstawie listy obecności)- liczba osób, które uznały przydatność szkoleń 80% ( weryfikacja na podstawie ankiet) |
| Cel 1 | Doradztwo indywidualne | Przyszli wnioskodawcy w ramach LSR w tym grypy defaworyzowane oraz społeczność lokalna | Doradztwo indywidualne( rozmowa indywidualna, broszura informacyjna) | Liczba ~~osób~~ podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa min. 20 |  - liczba ~~osób~~ /podmiotów zadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 80% osób, którym udzielono doradztwa( weryfikacja, oświadczenia z udzielonego doradztwa, ankieta satysfakcji) |
| Cel 2 | Drobne gadżety promocyjne | Mieszkańcy obszaru LSR | Gadżety promocyjne ( treść umieszczona na materiałach promocyjnych) | Liczba rodzajów gadżetów promocyjnych – 2 rodzaje | - liczba osób/podmiotów, którym zostały przekazane materiały promocyjne ( weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu min. 1100 osób |
| Cel 2 | Dyżury konsultacyjne w gminach | Przyszli wnioskodawcy w ramach LSR w tym grypy defaworyzowane oraz społeczność lokalna | Doradztwo w gminach Dyżury członków Zarządu(rozmowa indywidualna, broszura informacyjna) | Liczba godzin udzielonego doradztwa min. 108 godzin | - liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa tj. min. 80% osób, którym udzielono doradztwa (weryfikacja na podstawie ankiety satysfakcji) |
| Cel 2 | Wydarzenia społeczno - kulturalne | Mieszkańcy obszaru LSR | Wydarzenia promocyjne na których promowano działalność LGD i obszar LSR ( pokazy warsztaty, doradztwo pracowników, komunikaty werbalne pracowników) | Liczba wydarzeń promocyjnych, na których promowano działalność LGD i obszar LSR – min. 3 sztuk | - liczba uczestników wydarzeń – 390 osób ( weryfikacja na podstawie liczby mieszkańców powiatu – liczba mieszkańców powiatu to około 70 tys.; zakłada się że 0,5 % mieszkańców weźmie udział w wydarzeniach ) a także na podstawie ewentualnych list obecności ( 20 osób) |
| Cel 3 | Spotkania informacyjne dla członków stowarzyszenia | Mieszkańcy obszaru LSR | Spotkanie członków stowarzyszenia( wykłady, prezentacje) | Liczba spotkań min. 1 sztuka | - liczba uczestników min. 20 ( weryfikacja na podstawie listy obecności)- liczba osób, które zapoznały się z postępami z realizacji LSR |
| II połowa 2019II połowa 2019 II połowa 2019II połowa 2019 | Cel 1, 2 | Materiały drukowane | - potencjalni wnioskodawcy,- społeczność lokalna,- wszystkie grupy defaworyzowane- potencjalni wnioskodawcy,- społeczność lokalna, | Plakaty dotyczące naborów wniosków/wydarzeń/działalności LGD | Liczba wydrukowanych plakatów min. 200 sztuk  | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi na plakatach min. 200 ( weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu ( WZ) |
| Broszury informacyjne | Liczba wydrukowanych broszur – 200 sztuk | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi w broszurach min. 200 ( weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu ( WZ)  |
| Ulotki | Liczba ulotek wydrukowanych – 200 sztuk | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi na ulotkach min. 200 ( weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu ( WZ) |
| Cel 1,2,3,4 | On lineBieżąca aktualizacji treści na stronie www oraz innych dostępnych źródłach komunikacji online opracowanie i regularna wysyłka newslettera. | - potencjalni wnioskodawcy,- społeczność lokalna,- młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne- potencjalni wnioskodawcy,- społeczność  | Lokalne portale informacyjne; | Liczba artykułów na portalach informacyjnych min. 3 sztuki | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami na lokalnych portalach – min. 60 osób. Weryfikacja na podstawie licznika danego artykułu.  |
| Artykuły na stronie internetowej LGD/social media-facebook, www newletter( strona LGD) | Liczba artykułów-min. 2 sztukiLiczba odwiedzin strony internetowej – min. 1 tys. | - liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie www. – min. 1 tys. ( weryfikacja na podstawie licznika wejść) |
| Cel 1, | Promocja w lokalnych mediach | - potencjalni wnioskodawcy,- społeczność lokalna,- wszystkie grupy defaworyzowane | Kampanie informacyjne w w radiu:Radio Żnin | Liczba kampanii w lokalnym radiu – 2 sztuki |  - liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR min. 7 tys. ( weryfikacja na podstawie inf. uzyskanej z radia na temat słuchalności). Radio swym zasięgiem obejmuje m. in cały powiat żniński zamieszkały przez około 70 tys. mieszkańców, zakłada się że do minimum 10 % mieszkańców dotrze inf. dotycząca LSR.  |
| Cel 1, 2 | Spotkania /wydarzenia adresowane do mieszkańców | - potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna- wszystkie grupy defaworyzowane | Spotkania/wydarzenia adresowane do mieszkańców (Wykłady, pogadanka, materiały szkoleniowe) | Liczba spotkań wydarzeń /adresowanych do mieszkańców~~przeprowadzonych spotkań informacyjno-kosultacyjnych~~ LGD z mieszkańcami – min 3 | - liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczący zasad przyjmowania wniosków, kryteriów wyboru min. 60 ( weryfikacja na podstawie listy obecności)- liczba osób, które uznały przydatność spotkań informacyjnych 80 % ( weryfikacja na podstawie ankiet) |
| Cel 1 | Szkolenia dla mieszkańców | Przyszli wnioskodawcy w ramach LSR w tym grypy defaworyzowane  | Szkolenia z pisania i rozliczania projektów ( wykłady, warsztaty, materiały szkoleniowe) | Liczba szkoleń dla mieszkańców - min. 1 sztuka | - liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczący zasad wypełniania wniosków, załączników min. 20 osób ( weryfikacja na podstawie listy obecności)- liczba osób, które uznały przydatność szkoleń 80% ( weryfikacja na podstawie ankiet) |
| Cel 1 | Szkolenia wewnętrzne | Członkowie organów LGD i pracownicy biura | Wykłady, warsztaty, materiały szkoleniowe | Liczba osobodni szkoleń dla pracowników i organówLGD – 19  | 50,00 zł – koszt poczęstunku ( szkolenie zostanie przeprowadzone przez Dyrektor biura)  | - liczba uzyskanych certyfikatów/zaświadczeń 19 lub lista obecności |
| Cel 1, 2 | Doradztwo indywidualne | Przyszli wnioskodawcy w ramach LSR w tym grupy defaworyzowane oraz społeczność lokalna | Rozmowa indywidualna, broszura informacyjna | Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa -min. 20 osó/podmiotów |  0,00 zł 0,00 zł 1500,00 zł ( koszt oszacowano na podstawie roku 2018r. )  50,00 zł (koszt oszacowano na podstawie roku 2018) | - liczba podmiotów zadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 80% osób, którym udzielono doradztwa( weryfikacja, karta udzielonego doradztwa, ankieta satysfakcji) |
| Cel 2 | Dyżury konsultacyjne w gminach | Doradztwo w gminach Dyżury członków Zarządu) Rozmowa indywidualna, broszura informacyjna | Liczba godzin udzielonego doradztwa min. 108 godzin | - liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa tj. min. 80% osób, którym udzielono doradztwa (weryfikacja na podstawie ankiety satysfakcji) |
| Cel 2 | Wydarzenia społeczno - kulturalne | Mieszkańcy obszaru LSR |  Wydarzenia promocyjne na których promowano działalność LGD i obszar LSR.(Pokazy, warsztaty, festyny, imprezy plenerowe, przedsięwzięcia) | Liczba wydarzeń promocyjnych, na których promowano działalność LGD i obszar LSR – min. 3 sztuki | - liczba uczestników wydarzeń – 60 osób) weryfikacja na podstawie listy obecności |
| Cel 3 | Spotkania informacyjne dla członków stowarzyszenia | Mieszkańcy obszaru LSR | Spotkania członków stowarzyszenia(Wykłady, prezentacje) | Liczba spotkań informacyjnych dla członków stowarzyszenia - min. 1 sztuka | - liczba uczestników min. 20 ( weryfikacja na podstawie listy obecności)  |

 **SUMA:**   **36 300,00 zł**

1. Cel główny: Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzonych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD
2. Cel 2. Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD.
3. Cel 3. Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR.
4. Cel 4. Rozpowszechnianie informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk.