

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

01.09.2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
I połowa 2017	Cel. 1, cel 2	Materiały drukowane	- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna, - wszystkie grupy defaworyzowane	Plakaty dotyczące naborów wniosków/wydarzeń/działalności LGD	Liczba plakatów – min. 180 sztuk		- liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi na plakatach min. 180 (weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu (WZ))

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskazniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
I połowa 2017	Cel 1,2,3,4	On line	- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna, - młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne	Lokalne portale informacyjne;	Liczba artykułów – min. 2		- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na lokalnych portalach – min. 40 osób. Weryfikacja na podstawie licznika danego artykułu.
				Artykuły na stronie internetowej LGD/social media- facebook, www newsletter	Liczba artykułów- min. 3		- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie www. – min. 1 tys. (weryfikacja na podstawie liczniaka wejść)
							- liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR min. 2,5 tys. (weryfikacja na podstawie inf. na temat sprzedaży gazety.)
Cel 1,2	Promocja w lokalnych mediach		- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna - wszystkie grupy defaworyzowane	Artykuły w prasie lokalnej; Tygodnik Pałuki	Liczba artykułów w prasie - 1		

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskazniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
I połowa 2017	Cel 1,2	Promocja w lokalnych mediach	- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna - wszystkie grupy defaworyzowane	Kampania w radiu lokalnym: Radio Żnin	Liczba kampanii w radiu lokalnym – 3		Nakład gazety to około 5 tys., zakłada się, że około 50 % czytelników zapozna się z artykułem - 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 informacyjno - konsultacyjne	- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna - wszystkie grupy defaworyzowane	Spotkania informacyjno-konsultacyjne LGD z mieszkańcami	Liczba przeprowadzonych spotkań informacyjno - kosultacyjnych – min 3		- liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczący zasad przyjmowania wniosków, kryteriów wyboru- min. 48 (weryfikacja na podstawie listy obecności) - liczba osób, które uznały przydatność spotkań informacyjnych 80 % (weryfikacja na podstawie ankiet)
Cel 1	Szkolenia dla mieszkańców	Przysilni wnioskodawcy w ramach LSR w tym grupy defaworyzowane	Szkolenia z pisania i rozliczania projektów	Liczba przeprowadzonych szkoleń – min. 1			- liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczący zasad wypełniania wniosków, załączników min. 20 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności)

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
I połowa 2017			oraz społeczność lokalna				- liczba osób, które uznały przydatność szkoleń 80% (weryfikacja na podstawie ankiet)
Cel 1	Doradztwo indywidualne	Przysłi wnioskodawcy w ramach LSR w tym grypy defaworyzowane oraz społeczność lokalna	Doradztwo w biurze	Liczba udzielonego doradztwa min. 25			- liczba osób zadadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 80% osób, którym udzielono doradztwa (weryfikacja, oświadczenie z udzielonego doradztwa, anketa satysfakcji)
Cel 2	Drobne gadżety promocyjne	Mieszkańcy obszaru LSR	Gadżety promocyjne – 3 rodzaje				- liczba osób/podmiotów, którym zostały przekazane materiały promocyjne (weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu min. 1300 osób)
Cel 2	Dyżury konsultacyjne w gminach	Przysłi wnioskodawcy w ramach LSR w tym grypy defaworyzowane oraz społeczność lokalna	Doradztwo w gminach Dyżury czonków Zarządu	Liczba godzin udzielonego doradztwa min. 108 godzin			- liczba osób zadadowolonych z udzielonego doradztwa 25 osób tj. min. 80% osób, którym udzielono doradztwa (weryfikacja na podstawie ankiet satysfakcji)

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskazniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
	Cel 2	Wydarzenia społeczno - kulturalne	Mieszkańcy obszaru LSR	Wydarzenia promocyjne na których promowano działalność LGD i obszar LSR	Liczba wydarzeń – min 2		- liczba uczestników wydarzeń – 350 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 eventualnych list obecności (20 osób) - liczba uczestników min. 40 (weryfikacja na podstawie listy obecności)
	Cel 3	Spotkania informacyjne dla członków stowarzyszenia	Mieszkańcy obszaru LSR	Spotkanie członków stowarzyszenia	Liczba spotkań min. 2		
II połowa	Cel 1, 2	Materiały drukowane			Plakaty dotyczące naborów wniosków	Liczba plakatów min. 180 sztuk	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi na plakatach min. 180 (weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu (WZ)
	Cel 1,2				Broszury informacyjne	Liczba broszur - 300	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi w broszurach min. 300 (weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu (WZ)
	Cel 1,2	Materiały drukowane			Ulotki	Liczba ulotek - 300	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami zwartymi na ulotkach min. 300 (weryfikacja na podstawie

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskazniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
II połowa 2017			- społeczność lokalna, - wszystkie grupy defaworyzowane				wewnętrzne wydania z magazynu (WZ)
Cel 1,2	On line		- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna, - młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne	Lokalne portale informacyjne;	Liczba artykułów min. 2		- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na lokalnych portalach – min. 40 osób. Weryfikacja na podstawie licznika danego artykułu.
Cel 1,2,3,4	On line		- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna, - młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne	Artykuły na stronie internetowej LGD/social media- facebook, www newsletter	Liczba artykułów min. 2		- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie www. – min. 1000 os. (weryfikacja na podstawie licznika wejśc)
Cel 1,	Promocja w mediach lokalnych		- potencjalni wnioskodawcy, - społeczność lokalna,	Artykuły w prasie lokalnej: Tygodnik Patruki	Liczba artykułów w prasie - 1		- liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR min. 2 tys. (weryfikacja na podstawie inf. na temat sprzedazy gazety.)

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu wraz z wartościami	Wskaźniki /prognozowany budżet	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
II połowa 2017	Promocja w lokalnych mediach	- wszystkie grupy defaworyzowane	Kampania w radiu lokalnym: Radio Żnin	Liczba kampanii w radiu lokalnym – 2	<ul style="list-style-type: none"> - liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR min. 7 tys. (weryfikacja na podstawie inf. uzyskanej z radia na temat stuchalności). Radio swym zasięgiem obejmuje m. in cały powiat żniński zamieszkały przez około 70 tys. mieszkańców, zaktadza się że do minimum 10 % mieszkańców dortre inf. dotyczącej LSR. - liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczących zasad przyjmowania wniosków, kryteriów wyboru uczestniczących w spotkaniach konsultacyjno – informacyjnych min. 48 (weryfikacja na podstawie listy obecności) - liczba osób, które uznały przydatność spotkań informacyjnych 80 % (weryfikacja na podstawie ankiet) - liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczących zasad wypełniania wniosków, załączników min. 20 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nakład gazety to około 4 tys., zaktadza się, że około 50 % czytelników zapozna się z artykułem 	

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
II połowa 2017		oraz społeczność lokalna					- liczba osób, które uznały przydatność szkoleń 65% (weryfikacja na podstawie ankiet) - liczba uzyskanych certyfikatów/zaświadczenień 15 lub lista obecności
	Szkolenia dla organów LGD	Członkowie Rady i pracowników biura oraz zarząd oraz organy LGD	Szkolenie dla organów LGD	Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD min. 15	Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD min. 4		- liczba uzyskanych certyfikatów/zaświadczenień lub lista obecności 4
	Szkolenia dla pracowników biura	Pracownicy biura	Szkolenia dla pracowników Biura	Liczba osobodni szkoleń dla pracowników Biura	Doradztwo w biurze	Liczba osób/podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa min. 25	- liczba zadadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 80% osób, którym udzielono doradztwa (weryfikacja, karta udzielonego doradztwa, ankietą satysfakcji)
Cel 1, 2	Doradztwo indywidualne	Przysli wnioskodawcy w ramach LSR w tym grupy defaworyzowane oraz społeczność lokalna					

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2017

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany /prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
Cel 2	Drobne gadżety promocyjne	Mieszkańcy obszaru LSR	Gadżety promocyjne	Gadżet promocyjne - 1 rodzaj		- liczba osób/podmiotów, którym zostały przekazane materiały promocyjne (weryfikacja na podstawie wewnętrznego wydania z magazynu min. 250 osób)	
Cel 2	Dyżury konsultacyjne w gminach			Doradztwo w gminach Dyzury członków Zarządu	Liczba godzin udzielonego doradztwa min. 108 godzin	- liczba godzin udzielonego doradztwa 50 osób 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	Wydarzenia promocyjne na których promowano działalność LGD i obszar LSR	Liczba wydarzeń promocyjnych, na których promowano działalność LGD i obszar LSR	- liczba uczestników wydarzeń promocyjnych, na których promowano działalność LGD i obszar LSR.	
Cel 3	Spotkania informacyjne dla członków stowarzyszenia	Mieszkańcy obszaru LSR	Spotkanie członków stowarzyszenia	Spotkanie członków stowarzyszenia	Liczba spotkań min. 2	- liczba uczestników min. 30 (weryfikacja na podstawie listy obecności)	
SUMA:							32 640 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 realizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk.