Data sporządzenia: 31.10.2019 r. , akceptacja z dnia 20.11.2019r.

| Termin | Cel komunikacji | Nazwa działania komunikacyjnego | Adresaci działania komunikacyjnego | Środki przekazu | Wskaźniki wraz z wartościami | Planowany/prognozowany budżet | Planowane efekty działań komunikacyjnych | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| I połowa 2019  I połowa 2019  I połowa 2019  I połowa 2019 | Cel. 1, cel 2  Cel 1,2,3,4 | Materiały drukowane  On line  Bieżąca 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 zł  0,00 zł  0,00 zł  0,00 zł  0,00 zł  3000 zł  ( koszt oszacowano na podstawie roku 2018 )  50,00 zł koszt poczęstunku  ( szkolenie zostanie przeprowadzone przez pracownika LGD)  0,00 zł  50,00 zł  (koszt poczęstunku)  0,00 zł  0,00 zł  0,00 zł  0,00 zł  650 zł (koszt oszacowano na podstawie roku 2018r.)  ~~3 400 zł ( koszt oszacowano na podstawie roku 2018 )~~  ~~1600,00 zł ( koszt oszacowano na podstawie wyliczenia przedstawionego przez lokalne radio~~)    22 000,00 zł  (koszt oszacowano na podstawie wyliczenia przedstawionego lat poprzednich  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 - 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. 3  Liczba 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 | Spotkania/wydarzenia adresowane do mieszkańców oraz wydarzenia społeczno - kulturalne | - potencjalni wnioskodawcy,  - społeczność lokalna  - wszystkie grupy defaworyzowane | Spotkania/wydarzenia adresowane do mieszkańców  (Wykłady, pogadanka, materiały szkoleniowe, Pokazy, warsztaty, festyny, imprezy plenerowe, przedsięwzięcia) | Liczba spotkań/wydarzeń adresowanych do mieszkańców– min 8 | - liczba osób uczestniczących w spotkaniach/wydarzeniach adresowanych do mieszkańców min. 60 osób (weryfikacja na podstawie list obecności, oświadczeń, analiz własnych) | |
| 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 podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa min. 20 | - liczba/podmiotów zadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 80% osób, którym udzielono doradztwa( weryfikacja, oświadczenia z udzielonego doradztwa, ankieta satysfakcji) | |
| 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 3 | Spotkania informacyjne dla członków stowarzyszenia | Mieszkańcy obszaru LSR | Spotkanie członków stowarzyszenia  ( wykłady, prezentacje) | Liczba spotkań min. 1 sztuka | - liczba uczestników min. 20 (  - liczba osób, które zapoznały się z postępami z realizacji LSR min. 20  weryfikacja na podstawie listy obecności) | |
| II połowa 2019  II  połowa 2019  II połowa 2019  II połowa 2019  II połowa 2019 | Cel 1, 2 | Materiały drukowane | - potencjalni wnioskodawcy,  - społeczność lokalna,  - wszystkie grupy defaworyzowane | 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 line  Bieżąca aktualizacji treści na stronie www oraz innych dostępnych źródłach komunikacji online opracowanie i regularna wysyłka newslettera. | - potencjalni wnioskodawcy,  - społeczność lokalna,  - młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne | 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 sztuki  Liczba 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, 2 | ~~Promocja w lokalnych mediach~~ | ~~- potencjalni wnioskodawcy,~~  ~~- społeczność lokalna,~~  ~~- wszystkie grupy defaworyzowane~~ | ~~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 - 4 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~~  ~~Wydarzenia społeczno – kulturalne~~  Spotkania informacyjno – konsultacyjne oraz wydarzenia społeczno - kulturalne | - potencjalni wnioskodawcy,  - społeczność lokalna  - wszystkie grupy defaworyzowane  -mieszkańcy obszaru LSR | Spotkania/wydarzenia adresowane do mieszkańców  (Wykłady, pogadanka, materiały szkoleniowe, Pokazy, warsztaty, festyny, imprezy plenerowe, przedsięwzięcia) | Liczba spotkań wydarzeń /adresowanych do mieszkańcami – min 6 | ~~-~~ liczba osób uczestniczących w spotkaniach /wydarzeniach adresowanych do mieszkańców - 300 osób ( weryfikacja na podstawie list obecności, oświadczeń, analiz własnych )  ~~liczba osób, które uzyskały informacje na temat dotyczący zasad przyjmowania wniosków, kryteriów wyboru min. 300 ( 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~~  2 sztuki | - 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 organów  LGD – 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  ~~5 400,00 zł,~~  ~~( koszt oszacowano na podstawie katalogu z~~ ~~materiałami promocyjnymi Podarowane .pl i rozmów z właścicielami zakładów introligatorskich)~~  0,00 zł    20 000 zł  ( koszt oszacowano na podstawie rozeznania rynku)  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~~ | ~~Drobne gadżety promocyjne~~ | ~~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 | 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 3 | Publikacja – podsumowująca działalność Biura LGD oraz podsumowanie wdrażania LSR. | -potencjalni wnioskodawcy  -społeczność lokalna  -wszystkie grupy defaworyzowane | Publikacja LGD | Liczba wydanych, opracowanych publikacji ~~i materiałów informacyjno~~ | - liczba osób, która zapozna się z wydaną, opracowaną publikacją ~~i lub materiałami informacyjno- promocyjnymi.~~ (1000 osób) (weryfikacja na podstawie listy wydań przygotowanej przez LGD) | |
| 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  - liczba osób, które zapoznały się z postępami z realizacji LSR min. 20  ( weryfikacja na podstawie listy obecności) | |

**SUMA:**   **45 900 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.

Żnin, 26.09.2019 r. ………………………………………………………………………………