

Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2020 rok- aktualizacja czerwiec 2020

Termin realizacji (miesiąc/rok)	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Zakładane / zrealizowane wskaźniki realizacji działania	Planowane / zrealizowane efekty działań komunikacyjnych	Planowany lub poniesiony koszt zadania
Styczeń-grudzień 2020	Informowanie społeczności lokalnej o działalności LGD LZW jako organizacji wspierającej rozwój obszarów wiejskich i aktywizującej społeczność lokalną	Kampania informacyjna o Lokalnej Grupie Działania Lider Zielonej Wielkopolski	Społeczność lokalna, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, lokalni liderzy, młodzież, grupy defaworyzowane	- informacje na stronie internetowej LGD LZW, w tym portal społecznościowy - stoisko informacyjno-promocyjne na imprezach lokalnych - materiały promocyjne i wydawnicze (gadżety)	- liczba artykułów na stronie internetowej LGD, w tym na profilu społecznościowym- 52 sztuk - liczba imprez lokalnych, w którym uczestniczy LGD-10 sztuk - liczba kompletów wydawnictw własnych i materiałów promocyjnych- 5 kompletów/ rocznie	Poinformowanie społeczności lokalnej o działaniu LGD - liczba osób, do których dotarła informacja internetowa (20 tys. wejść/ rocznie) Zaproszenie społeczności lokalnej do uczestnictwa w przedsięwzięciach: liczba osób odwiedzających stoisko LGD podczas imprez lokalnych (200 osób/rek) - liczba odbiorców rozdysponowanych materiałów promocyjnych i wydawniczych (3000 sztuk/ rocznie)	4000 zł
Styczeń-grudzień 2020	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów oraz obustronna współpraca	Kampania informacyjna o zasadach oceny i wyboru operacji do finansowania Komunikacja obustronna	Potencjalni wnioskodawcy działań realizowanych w ramach LSR: instytucje publiczne, organizacje	- informacja bezpośrednia i doradztwo w siedzibie biura LGD LZW - spotkania informacyjno-	- Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa 260 200 podmiotów - liczba spotkań	Edukacja mieszkańców obszaru LGD w zakresie założeń LSR i możliwości wykorzystanie tego do rozwoju obszaru:	0 zł

	doradczą z wnioskodawcami Informowanie na temat możliwości samo zatrudnienia lub włączenia się do realizowanych projektów oraz obustronna współpraca doradczą z wnioskodawcami (grupy defaworyzowane)	między społecznością lokalną a LGD LZW	pozarządowe, przedsiębiorcy, rolnicy, grupy nieformalne, mieszkańcy obszaru LGD LZW, grupy defaworyzowane	konsultacyjne Grupy defaworyzowane: - bezpośredni kontakt przez pracowników PUP, - informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD, - artykuły na stronie internetowej LGD i na portalu społecznościowym	informacyjne-konsultacyjne z mieszkańcami-13 spotkań Grupy defaworyzowane: - dotarcie z informacjami do 7 osób objętych wsparciem PUP i/lub OPS - liczba artykułów na stronie internetowej LGD, w tym na profilu społecznościowym- 2 sztuki/rok	Liczba osób, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o LSR, świadczonego w biurze LGD- 35 25 osób Liczba-osób uczestniczących w spotkaniach informacyjnych-konsultacyjnych-65 osób	
Styczeń/ październik 2020	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o terminach naborów wniosków na poszczególne działania i zakresy tematyczne wraz z informacją o kryteriach wyboru i wymaganych dokumentach	Kampania informacyjna dotycząca naborów wniosków	Potencjalni wnioskodawcy działań realizowanych w ramach LSR: instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru LGD LZW, grupy defaworyzowane	- informacje na stronie internetowej LGD, w tym portale społecznościowe, - informacje na stronach internetowych gmin członkowskich LGD - artykuły w prasie o zasięgu gminnym i powiatowym	- liczba opublikowanych komunikatów na stronie internetowej LGD i na portalu społecznościowym oraz na stronach internetowych gmin członkowskich- 15 artykułów - Liczba artykułów w prasie- 4 artykuły	Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o ogłoszonych naborach wniosków i konkursach i Rozpoczęcie współpracy z wnioskodawcami w zakresie doradztwa i pomocy merytorycznej: - liczba osób, do których dotarła informacja internetowa: 1000 osób - liczba odbiorców artykułów w prasie: 1000 osób	1600 zł
Luty- Październik 2020	Informowanie wnioskodawców o wynikach naborów	Kampania informacyjna dotycząca naborów	Wnioskodawcy naborów wniosków o przyznanie	- informacje na stronie internetowej LGD LZW - portale	- liczba opublikowanych komunikatów na stronie internetowej	Poinformowanie wnioskodawców o wynikach naborów wniosków i możliwości	480 zł

	wniosków, możliwości złożenia protestu oraz o przeznaczeniu wniosku do finansowania	wniosków	pomocy w poszczególnych naborach	społecznościowe - informacja na tablicy ogłoszeń w siedzibie LGD LZW - korespondencja listowna ze wszystkimi wnioskodawcami	LGD i na portalu społecznościowym- 3 artykuły - liczba wnioskodawców do których została wysłana korespondencja- wszyscy wnioskodawcy danego naboru	rozpoczynania realizacji operacji: - liczba osób do których dotarła informacja- wszyscy wnioskodawcy danego naboru	
Styczeń- Grudzień 2020	Badanie satisfakcji wnioskodawców dotyczącej jakości pomocy świadczanej przez LGD w trakcie udzielania informacji oraz przygotowywania wniosku	Komunikacja obustronna pomiędzy społecznością lokalną a LGD LZW	Potencjalni wnioskodawcy i wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji realizowanych w ramach LSR	- ankiety w wersji papierowej i/lub elektronicznej rozdawane/ możliwe do pobrania przez wnioskodawców korzystających z pomocy w biurze LGD LZW - wzór ankiety dostępny na stronie internetowej LGD LZW	- liczba ankiet oceniających poziom doradztwa w biurze rozdysponowanych wśród wnioskodawców- 208 100 ankiety	Uzyskanie informacji zwrotnej od społeczności lokalnej o efektywności i skali pomocy merytorycznej świadczanej w biurze LGD Promocja marki LGD jako instytucji doradczej Liczba osób, które pozytywnie oceniły pracę biura LGD jako instytucji doradczej- 190 90 osób	0,00 zł
II połowa 2020	Badanie opinii nt. znajomości marki LGD LZW pod kątem jakości i rodzajów działań informacyjnych, szkoleniowych, promocyjnych	Komunikacja obustronna pomiędzy społecznością lokalną a LGD LZW	Społeczność lokalna, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, lokalni liderzy, młodzież, grupy defaworyzowane	- ankiety w wersji papierowej i/lub elektronicznej rozdawane/ rozsyłane do mieszkańców obszaru LGD LZW - wzór ankiety dostępny na stronie internetowej LGD LZW	- liczba ankiet nt. znajomości marki LGD LZW rozdysponowanych wśród mieszkańców obszaru LGD- 300 100 ankiet rocznie	Uzyskanie informacji zwrotnej od społeczności lokalnej o rozpoznawalności LGD w terenie i jej wpływie na rozwój obszaru Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających markę LGD- 300 100 osób rocznie	0,00 zł

II połowa 2020	Informowanie o stanie realizacji LSR oraz o osiągniętych wskaźnikach	Kampania informacyjna dotycząca stanu wdrażania LSR	Potencjalni wnioskodawcy realizowanych w ramach LSR: instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, rolnicy, grupy nieformalne, mieszkańcy obszaru LGD LZW, grupy defaworyzowane	- informacje na stronie internetowej LGD LZW - portale społecznościowe	- liczba opublikowanych komunikatów o stanie realizacji LSR na stronie internetowej LGD i na portalu społecznościowym - 4 artykuły	Wzrost wiedzy społeczności lokalnej o wynikach realizacji LSR i osiągniętych wskaźnikach: - liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR - 1000 osób/ rocznie	
I połowa 2020	Bieżące zbieranie informacji od mieszkańców o akceptacji założeń i sposobu realizacji LSR	Kampania informacyjna dotycząca konieczności aktualizacji Strategii	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy i przedstawiciele grup defaworyzowanych	- informowanie pracowników biura lub Zarządu LGD - korespondencja e-mail, listowna	Dostosowane do potrzeb	Przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR	0,00 zł
W momencie zgłoszenia problemów z realizacją LSR	Poinformowanie mieszkańców LGD o konieczności aktualizacji założeń LSR i zebranie opinii na temat proponowanych zmian w LSR	Kampania informacyjna dotycząca konieczności aktualizacji LSR i konsultacje społeczne w sprawie powszechnej akceptacji zmian w LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy i przedstawiciele grup defaworyzowanych	- informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD na temat opinii o wprowadzonych zmianach - organizacja spotkań informacyjnych-konsultacyjnych na obszarze LGD	Dostosowane do potrzeb	Przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR	0,00 zł

Prezes Zarządu
mgr inż. Halina Białobławiak-Drożak