

# Plan komunikacji

Ramy czasowe	Cel komunikacyjny	Działania komunikacyjne	Adresaci działań komunikacyjnych (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji działań	Badanie efektywności działań komunikacyjnych	Budżet / kategoria wydatków
2024	Rozpowszechnianie informacji dot. nowego okresu programowania oraz nowej LSR	Kampania informacyjna na terenie gmin objętych LSR	Mieszkańcy obszaru; Potencjalni Beneficjenci w tym grupy wykluczone wsparciem oraz osoby w niekorzystnej sytuacji określone w LSR	Komunikacja bezpośrednia – spotkania; Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów Prasa drukowana oraz internetowa, prasa lokalna (artykuł) Informacja za pośrednictwem mediów społecznościowych	Liczba spotkań informacyjnych – 5; Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronie internetowej LGD i partnerów oraz w mediach społecznościowych Liczba informacji w prasie	Liczba odbiorców spotkań Analityka strony internetowej LGD; statystyka w mediach społecznościowych ----- Poinformowanie społeczności lokalnej o zasadach realizacji LRS; Zwiększenie zainteresowania działalnością LGD	1000 euro/ <b>Działania animacyjne</b>
2024/2025	Animacja lokalnej społeczności oraz promocja innowacyjności, współpracy i zgłaszania nowych inicjatyw/pomysłów, zachęcanie o aplikowanie o środki, włączenie i aktywizacja mieszkańców we wdrażanie LSR	Spotkania aktywizacyjne/warsztatowe na temat wdrażania innowacji, jej promowanie oraz promowanie projektów realizowanych w partnerstwie	Mieszkańcy obszaru; członkowie LGD; Potencjalni Beneficjenci w tym grupy wykluczone wsparciem oraz osoby w niekorzystnej sytuacji określone w LSR	Prezentacje – komunikacja bezpośrednia Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD; Reklama za pośrednictwem mediów społecznościowych; Materiały drukowane – broszury wykonywane we własnym zakresie	Liczba spotkań warsztatowych - 5, Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronie internetowej LGD i partnerów oraz w mediach społecznościowych Liczba ogłoszeń	Liczba odbiorców spotkań Analityka strony internetowej LGD; Statystyka w mediach społecznościowych ----- Wzrost zainteresowania udziałem w realizacji projektów w partnerstwie; wzrost liczby mieszkańców znających założenia LGD i zasady partnerstwa oraz znaczenia innowacyjności dla efektywnego rozwoju obszaru	7500 euro/ <b>Działania animacyjne</b>
Cały okres wdrażania – każdorazowo przed ogłaszaniem naborami	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o planowanych naborach (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania	Spotkania/szkolenia nt. zasad sporządzania wniosków i procedury ich wyboru przez Radę LGD; Doradztwo indywidualne szkolenia z elementami warsztatowymi Materiały drukowane	Potencjalni Beneficjenci	Komunikacja bezpośrednia oraz pośrednia (telefoniczna oraz e-mailowa lub wykorzystywaniem innych środków przekazu) Komunikacja	Liczba udzielonego Doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej Liczba zorganizowanych spotkań/ i szkoleń w formie bezpośredniej –	Analityka strony www LGD Liczba złożonych wniosków Liczba uczestników szkoleń Ewidencja doradztwa ----- Poinformowanie potencjalnych	5000 euro/ <b>Działania animacyjne</b>

	oraz stosowanych procedurach)			za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów Ogłoszenia Mailing do potencjalnych wnioskodawców Materiały drukowane – broszury wykonywane we własnym zakresie	min. 1 spotkanie przed każdym ogłaszanym naborem; Liczba opublikowanych postów na stronie LGD / partnerów Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach Liczba potencjalnych wnioskodawców do których zostały wysłane informacje mailingiem	wnioskodawców o możliwościach składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR – ankietyzacja wnioskodawców, którzy złożyli wnioski o dofinansowanie o korzystaniu z doradztwa Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD	
Cały okres wdrażania	Wspieranie beneficjentów w realizacji projektów realizowanych w ramach LSR	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci	Doradztwo indywidualne Strona internetowa LGD	Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej; Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronie internetowej LGD	Ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankietyzacja/ Monitoring – ankieta informacyjna dla LGD ----- Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	bezkosztowo
Cały okres wdrażania	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni wnioskodawcy oraz Beneficjenci pomocy	Informacje na stronie internetowej LGD; Komunikacja pośrednia (e-mailowa lub z wykorzystaniem innych środków przekazu)	Artykuł/informacja zamieszczona na stronie LGD	Monitoring – ankieta informacyjna dla LGD ----- Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	bezkosztowo

2024-2027	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD Partnerstwo Sowiogórskie z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych form komunikacji	Kampania informacyjna Wydarzenia promocyjne Bieżące publikacje/wydawnictwa promocyjne Stworzenie i utrzymanie nowoczesnej strony internetowej Filmy promocyjne Materiały/gadżety promocyjne	Mieszkańcy obszaru, Potencjalni beneficjenci, Potencjalni partnerzy projektów, turyści	Ogłoszenia w lokalnych mediach Mailing do potencjalnych wnioskodawców Strona internetowa LGD; Informacje za pośrednictwem mediów społecznościowych Wydawnictwa promocyjne Udział i organizacja wydarzeń promocyjnych oraz włączających społeczność lokalną	Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach Liczba potencjalnych wnioskodawców do których zostały wysłane informacje mailingiem Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie internetowej LGD Liczba wydarzeń promocyjnych	Analityka strony internetowej LGD; Statystyka w mediach społecznościowych Badanie ankietowe ----- Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD Wzrost liczby mieszkańców znających założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR Pozytywna ocena działalności LGD na rzecz rozwoju lokalnego	49000 euro w tym ok. 15% na materiały/ gadżety promocyjne / <b>Działania animacyjne - promocja</b>
Cały okres wdrażania	Informowanie lokalnej społeczności o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania, w szczególności na poziomie osiągnięcia kamieni milowych	Kampania informacyjna	Ogół mieszkańców Członkowie LGD	Strona internetowa LGD; Informacja za pośrednictwem mediów społecznościowych;	Liczba przekazywanych informacji	Analityka strony internetowej LGD; Statystyka w mediach społecznościowych ----- Podwyższenie świadomości dot. działalności LGD Pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR	bezkosztowo
Cały okres wdrażania	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości szkoleń i doradztwa oraz działań animacyjnych realizowanych przez LGD jak również ocenie efektywności realizacji LSR	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania i realizacji wniosków dot. realizowanych operacji oraz kampanii animacyjnej	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji, mieszkańcy	Ankiety monitorujące pracę LGD	Ankiety dostępne na stronie internetowej LGD oraz przekazywane bezpośrednio po świadczeniu usług doradczych	Badanie ankietowe Badania efektywności – ocena zewnętrzna /ewaluacja, monitoring/ ----- Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych, wprowadzania korekt	bezkosztowo

						zadań animacyjnych i komunikacyjnych w celu dostosowania działań ujętych w planie komunikacji. Weryfikacja realizowanych zadań i ich skuteczności będzie weryfikowana każdorazowo podczas rozliczeń z realizacji zadań z działalności LGD przed ZW. Korekty planu komunikacji będą realizowane również po ocenie efektywności przez ZW jeżeli w wyniku tej oceny będą tego wymagały.	
--	--	--	--	--	--	--	--

### Tryb korygowania planu komunikacji

Na podstawie badań ankietowych i stałego monitoringu LGD „Partnerstwo Sowiogórskie” będzie pozyskiwało wiedzę na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych, wprowadzania korekt zadań animacyjnych i komunikacyjnych w celu dostosowania działań ujętych w planie komunikacji.

LGD będzie przeprowadzało również weryfikację wszystkich zrealizowanych zadań i ich skuteczności każdorazowo podczas rozliczeń z realizacji zadań z działalności LGD przed ZW. Korekty planu komunikacji będą realizowane również po ocenie efektywności przez ZW jeżeli w wyniku tej oceny będą tego wymagały.

Zadania animacyjne, które zostaną uznane za niewystarczające, będą intensyfikowane.

Działania związane z monitoringiem i ewaluacją w tym Planu komunikacji zostały opisane szczegółowo w rozdziale X LSR.