

ROZDZIAŁ IX. PLAN KOMUNIKACJI

Głównymi celami Planu Komunikacji (PK) w ramach niniejszej LSR są:

1. Informowanie mieszkańców obszaru LGD o:

- całości działań prowadzonych przez LGD
- wydarzeniach organizowanych przez LGD lub z udziałem LGD
- Lokalnej Strategii Rozwoju - o jej założeniach (celach, przedsięwzięciach i wskaźnikach), a także o warunkach skorzystania z pomocy
- terminach naborów wniosków na poszczególne działania wraz ze szczegółową informacją o warunkach tych naborów
- stanie realizacji LSR w tym o poziomie realizacji celów LSR i poszczególnych wskaźników
- dobrych praktykach wynikających z realizacji LSR

2. Informowanie wnioskodawców o wynikach naborów wniosków, a także o pozostałych elementach i terminach procedury oceny i wyboru operacji do finansowania

3. Uzyskanie informacji zwrotnej na temat:

- oceny jakości pomocy (doradztwa, szkoleń, konsultacji) świadczonej przez LGD
- przebiegu i zakończenia realizacji operacji dofinansowanych przez LGD
- rozpoznawalności LGD na terenie jej działania
- jakości działań informacyjnych

4. Poprawa jakości działań komunikacyjnych prowadzonych w ramach PK - w przypadku zaistnienia konieczności skorygowania PK.

Głównymi wskaźnikami służącymi do skwantyfikowania działań komunikacyjnych

stosowanymi w PK są:

- ~~liczba informacji na stronie internetowej LGD~~ strona internetowa LGD, jako wskaźnik realizowany w sposób ciągły
- ~~liczba informacji na profilu LGD na portalu społecznościowym~~ profil LGD na portalu społecznościowym, jako wskaźnik realizowany w sposób ciągły
- ~~liczba rozpropagowanych materiałów wydawniczych~~ materiały wydawnicze LGD
- ~~liczba wysłanych wiadomości, w tym~~ liczba wysłanych wiadomości pocztowych i e-mail do wnioskodawców
- ~~liczba informacji udzielonych w Biurze LGD~~
- liczba zorganizowanych spotkań informacyjno-szkoleniowych dla potencjalnych wnioskodawców
- liczba podmiotów/osób, którym udzielono doradztwa bezpośredniego w biurze LGD
- liczba opublikowanych komunikatów w mediach i na stronach internetowych gmin i ~~na tablicach ogłoszeniowych~~, w tym na tablicy ogłoszeniowej LGD
- liczba ankiet rozdysponowanych i **zebranych przez LGD** wśród odbiorców usług LGD oraz wśród beneficjentów
- liczba ankiet rozdysponowanych i **zebranych przez LGD** wśród respondentów z obszaru LGD
- liczba przeanalizowanych ankiet na temat jakości działań informacyjnych LGD
- liczba rekomendacji zmian w Planie Komunikacyjnym przyjętych przez Zarząd LGD do wdrożenia w wyniku ~~spotkań konsultacyjnych~~ analizy ankiet

Dobór wskaźników zależy od celu danego działania komunikacyjnego i grupy odbiorców tych działań.

Głównymi grupami docelowymi działań komunikacyjnych stosowanych w PK są mieszkańcy obszaru LGD, instytucje, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, lokalni liderzy, młodzież, bezrobotni, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR, potencjalni uczestnicy wydarzeń prowadzonych przez LGD, potencjalni wnioskodawcy w ramach naborów LSR (w tym także reprezentujący poprzednio wymienione grupy), wnioskodawcy, którzy złożyli wnioski o finansowanie operacji, osoby korzystające z doradztwa i konsultacji w Biurze LGD oraz podczas spotkań doradczo-konsultacyjnych prowadzonych przez LGD, beneficjenci operacji realizowanych w ramach LSR, respondenci badań ankietowych prowadzonych przez LGD oraz Pracownicy Biura i członkowie Zarządu LGD. Grupom docelowym przypisano odpowiednie cele i sposoby prowadzenia działań komunikacyjnych określonych w PK.

Szczegółowy zakres PK, w tym:

- a) prezentacje głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania PK;
- b) opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.;
- c) opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych;
- d) analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji);
- e) opis sposobu wykorzystania w procesie realizacji LSR wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych;
- f) informacje o budżecie przewidzianym na działania komunikacyjne **zawiera tabela w załączniku 5 do LSR.**