

Plan komunikacji w Stowarzyszeniu N.A.R.E.W. – Narwiańska Akcja Rozwoju Ekonomicznego Wsi

CEL	Termin	Potrzeby komunikacyjne grup docelowych/defaworyzowanych Działanie komunikacyjne	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe, w tym defaworyzowane)	Środki przekazu (sposoby dotarcia do grup)	Zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych (wskaźniki produktu)	Zakładane efekty działań komunikacyjnych (wskaźniki rezultatu)
1	2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023	<p>Potrzeby komunikacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • brak wiedzy nt. możliwości wsparcia inicjatyw / operacji / projektów; • niewystarczający dostęp do wiedzy o „sukcesach” i dobrych praktykach zrealizowanych projektów; • brak umiejętności i pomysłu na projekt; <p>Działanie komunikacyjne: Kampania informacyjna nt. głównych założeń i efektów LSR na lata 2014-2020 oraz planowanych konkursów</p>	<p>społeczność lokalna LGD, w tym: członkowie LGD, lokalni liderzy, przedsiębiorcy, NGO, grupy defaworyzowane: bezrobotna młodzież (do 35 r.ż.), kobiety na obszarach wiejskich i tzw. „domownicy” w małych gospodarstwach rolnych osoby starsze (po 50 r.ż.), osoby niepełnosprawne, osoby zagrożone ubóstwem i wykluczeniem społecznym.</p> <ul style="list-style-type: none"> • potencjalni wnioskodawcy • potencjalni uczestnicy projektów 	<ul style="list-style-type: none"> • konferencja otwierająca i podsumowująca • ogłoszenia na stronie www Stowarzyszenia N.A.R.E.W. • ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych • ogłoszenia w prasie • ogłoszenia w mediach społecznościowych • spotkania informacyjno-konsultacyjne w gminach LGD • punkt informacyjno-konsultacyjny w biurze LGD dla potencjalnych wnioskodawców • ankieta satysfakcji uczestnika spotkania • kontakt z pracownikiem LGD online na stronie internetowej / kontakt telefoniczny / mailowy • przekazanie informacji do regionalnego Punktu 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba konferencji – 2 szt. • liczba opublikowanych ogłoszeń w prasie i w siedzibach instytucji – 20 szt. • liczba wejść na stronę www Stowarzyszenia N.A.R.E.W. – 3000 wejść /rok • liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD ze społecznością lokalną – 77 szt. liczba ankiet satysfakcji – 1000 szt. • liczba kontaktów online wnioskodawców z pracownikami LGD – 720 szt. • liczba przekazanych informacji do PIFE – 10 szt. 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba osób poinformowanych o głównych założeniach LSR na lata 2014-2020 i jej efektach – 180 osób • liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych – 1 155 osób • liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD – 700 osób

				Informacji o Funduszach Europejskich		
1	2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023	<p>Potrzeby komunikacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> niewystarczający dostęp do wiedzy o „sukcesach” i dobrych praktykach zrealizowanych projektów brak umiejętności i pomysłu na projekt <p>Działanie komunikacyjne: Kampania motywacyjna na rzecz zwiększenia uczestnictwa w realizacji LSR/lub wzrostu poparcia dla LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> potencjalni wnioskodawcy potencjalni uczestnicy projektów 	<ul style="list-style-type: none"> akcje motywacyjne (np. spotkania dot. prezentacji dobrych praktyk, spotkania nawiązujące partnerstwa projektowe, wyjazdy studyjne, warsztaty tematyczne, itp.) ankieta satysfakcji uczestnika spotkania 	<ul style="list-style-type: none"> liczba akcji motywacyjnych – 70 szt. liczba ankiet satysfakcji – 1 050 szt. 	<ul style="list-style-type: none"> liczba osób uczestniczących w akcjach motywacyjnych – 1 050 osób liczba osób zadowolonych z udziału w akcjach motywacyjnych zorganizowanych przez LGD – 840 osób
1	2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023	<p>Potrzeby komunikacyjne: mały dostęp do wiedzy o funkcjonowaniu LGD i założeniach LSR</p> <p>Działanie komunikacyjne: Kampania promocyjna założeń Lokalnej Strategii Rozwoju</p>	<ul style="list-style-type: none"> społeczność lokalna LGD, w tym: członkowie LGD, lokalni liderzy, przedsiębiorcy, ngo, grupy de faworyzowane: bezrobotna młodzież (do 35 r.ż.), , kobiety na obszarach wiejskich i tzw. „domownicy” w małych gospodarstwach rolnych osoby starsze (po 50 r.ż.), osoby 	<ul style="list-style-type: none"> komunikaty na stronie www Stowarzyszenia N.A.R.E.W. i na portalu społecznościowym materiały promocyjne broszury / foldery akcje promocyjne (np. konkursy tematyczne, targi, wyjazdy studyjne, prezentacja promocyjna Stowarzyszenia podczas wydarzeń na obszarze LGD, itp.) 	<ul style="list-style-type: none"> liczba wejść na stronę www Stowarzyszenia N.A.R.E.W. – 3 000 wejść / rok liczba materiałów promocyjnych – 15 kpl. liczba broszur / folderów – 5 tytułów publikacji liczba akcji promocyjnych – 51 szt. 	<ul style="list-style-type: none"> liczba osób, które uzyskały informację o LSR – 21 500 osób liczba uczestników akcji promocyjnych – 31 255 osób

			<p>niepełnosprawne, osoby zagrożone ubóstwem i wykluczeniem społecznym.</p> <ul style="list-style-type: none"> • potencjalni wnioskodawcy • potencjalni uczestnicy projektów 			
2	2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023	<p>Potrzeby komunikacyjne: brak umiejętności i pomysłu na projekt</p> <p>Działanie komunikacyjne: Kampania szkoleniowa nt. zasad i wyboru operacji przez LGD, przygotowywania wniosków w związku z ogłoszonymi konkursami</p>	<p>potencjalni wnioskodawcy, w tym w szczególności uprawnieni do wnioskowania w konkursie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • szkolenia / warsztaty dla potencjalnych wnioskodawców • ankieta satysfakcji uczestnika szkolenia 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba szkoleń / warsztatów dla wnioskodawców – 10 szt. • liczba ankiet satysfakcji – 200 szt. 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba uczestniczących w szkoleniach dla wnioskodawców - 200 osób • liczba osób zadowolonych ze szkoleń przeprowadzonych przez LGD -160 osób
2	2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023	<p>Potrzeby komunikacyjne: brak umiejętności i pomysłu na projekt;</p> <p>Działanie komunikacyjne: Profesjonalne wsparcie wnioskodawców</p>	<ul style="list-style-type: none"> • potencjalni wnioskodawcy, w tym w szczególności uprawnieni do wnioskowania w konkursie • pracownicy biura • członkowie organów LGD 	<ul style="list-style-type: none"> • doradztwo indywidualne udzielane w biurze LGD • doradztwo udzielone przez pracownika LGD online na stronie internetowej / doradztwo telefoniczne / mailowe • ankieta satysfakcji uczestnika doradztwa • szkolenia / warsztaty podnoszące umiejętności pracowników i członków organów 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa – 150 osób • liczba osobodni szkoleń dla pracowników biura – 45 osobodni • liczba osobodni szkoleń dla członków organów LGD – 124 osobodni 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba osób, które złożyły wnioski po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD – 250 osób • liczba osób zadowolonych z udzielanego doradztwa przez LGD – 250 osób

3	2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023	<p>Potrzeby komunikacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • potrzeba podnoszenia jakości świadczonych usług przez LGD • dostosowania/aktualizacji zapisów LSR do potrzeb społeczności lokalnej <p>Działanie komunikacyjne: Badania i analizy na rzecz efektywniejszej realizacji LSR w danym roku pod kątem ewentualnych zmian</p>	<ul style="list-style-type: none"> • społeczność lokalna LGD, w tym: członkowie LGD, lokalni liderzy, przedsiębiorcy, NGO, grupy de faworyzowane: bezrobotna młodzież (do 35 r.ż.), , kobiety na obszarach wiejskich i tzw. „domownicy” w małych gospodarstwach rolnych osoby starsze (po 50 r.ż.), osoby niepełnosprawne, osoby zagrożone ubóstwem i wykluczeniem społecznym w zakresie aktualizacji LSR • wnioskodawcy • uczestnicy projektów 	<ul style="list-style-type: none"> • wywiady, formularze na stronie www, ankiety papierowe i elektroniczne • raport ewaluacyjny dot. realizacji LSR 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba ankiet – 560 szt. • liczba raportów dot. realizacji LSR – 7 szt. 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba przedstawionych rekomendacji – 560 szt. • liczba osób, które zapoznały się z wynikami badań – 1 500 osób/rok
---	--	--	---	---	--	--