

4. Plan Komunikacji w LGD N.A.R.E.W.

Główne cele Planu komunikacji

CEL1: INFORMOWANIE I MOTYWOWANIE DO WSPÓLNEJ REALIZACJI LSR N.A.R.E.W.

CEL 2: WSPARCIE POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW LSR N.A.R.E.W.

CEL 3: AKTYWNOŚĆ LGD NA RZECZ SKUTECZNEJ REALIZACJI LSR

Opis działań komunikacyjnych/grup docelowych/środków przekazu/wskaźników i efektów

| 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</p> | <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 mediach społecznościowych • spotkania/wydarzenia adresowane do mieszkańców • punkt informacyjno-konsultacyjny w biurze LGD dla potencjalnych wnioskodawców • ankieta satysfakcji uczestnika spotkania • kontakt z pracownikiem LGD online na stronie internetowej / kontakt telefoniczny / mailowy | <ul style="list-style-type: none"> • liczba konferencji – 2 szt. • liczba opublikowanych ogłoszeń w mediach społecznościowych i w siedzibach instytucji –24 szt. • liczba wejść na stronę www Stowarzyszenia N.A.R.E.W. – 20000 wejść • liczba spotkań /wydarzeń adresowanych do mieszkańców –47 szt. • liczba ankiet satysfakcji – 600 szt. • liczba kontaktów za pomocą środków elektronicznych wnioskodawców z pracownikami LGD –500 szt. • liczba przekazanych informacji do PIFE –11 szt. | <ul style="list-style-type: none"> • liczba osób poinformowanych o głównych założeniach LSR na lata 2014-2020 i jej efektach – 120 osób • liczba osób uczestniczących w spotkaniach /wydarzeniach adresowanych do mieszkańców - 800 osób • liczba osób zadowolonych ze spotkań/wydarzeń przeprowadzonych przez LGD – 550 osób |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|---|
| | | | wykluczeniem społecznym. <ul style="list-style-type: none"> • potencjalni wnioskodawcy • potencjalni uczestnicy projektów | <ul style="list-style-type: none"> • przekazanie informacji do regionalnego Punktu Informacji o Funduszach Europejskich | | |
| 1 | 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 | Potrzeby komunikacyjne: <ul style="list-style-type: none"> • niewystarczający dostęp do wiedzy o „sukcesach” i dobrych praktykach zrealizowanych projektów • brak umiejętności i pomysłu na projekt Działanie komunikacyjne: Kampania motywacyjna na rzecz zwiększenia uczestnictwa w realizacji LSR/lub wzrostu poparcia dla LSR | <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 – 15 szt. • liczba ankiet satysfakcji – 170 szt. | <ul style="list-style-type: none"> • liczba osób uczestniczących w akcjach motywacyjnych – 230 osób • liczba osób zadowolonych z udziału w akcjach motywacyjnych zorganizowanych przez LGD – 170 osób |
| 1 | 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 | Potrzeby komunikacyjne: mały dostęp do wiedzy o funkcjonowaniu LGD i założeniach LSR | <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 | <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. – 20000 wejść • liczba materiałów promocyjnych –30 kpl. • liczba broszur / folderów –3 tytuły publikacji • liczba akcji promocyjnych –35 szt. | <ul style="list-style-type: none"> • liczba osób, które uzyskały informację o LSR –26000 osób • liczba uczestników akcji promocyjnych –47300 osób |

| | | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|--|
| | | | <p>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 | | | |
| 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 –14 szt. • liczba ankiet satysfakcji –152 szt. | <ul style="list-style-type: none"> • liczba osób uczestniczących w szkoleniach dla wnioskodawców - 156 osób • liczba osób zadowolonych ze szkoleń przeprowadzonych przez LGD 152 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 –200 podmiotów • liczba osobodni szkoleń dla pracowników biura – 108 osobodni • liczba osobodni szkoleń dla członków organów LGD –75 osobodni | <ul style="list-style-type: none"> • liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa i które zawarły umowy o przyznanie pomocy–103 podmiotów • liczba podmiotów zadowolonych z udzielanego doradztwa przez LGD –200 podmiotów |

| | | | | | | |
|---|--|--|---|---|---|---|
| 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 –77 szt. • liczba raportów dot. realizacji LSR –2 szt. | <ul style="list-style-type: none"> • liczba przedstawionych rekomendacji – 18 szt. • liczba osób, które zapoznały się z wynikami badań –9425 osób |
|---|--|--|---|---|---|---|