

Plan komunikacji

Celem opracowania Planu komunikacji jest stworzenie warunków do obustronnej komunikacji, która służyć ma efektywnemu wdrażaniu LSR.

Działania komunikacyjne skierowane będą do określonych na podstawie diagnozy społeczno-gospodarczej (rozdział III) grup docelowych w tym defaworyzowanych (mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych w tym grupy defaworyzowane osoby do 30. roku życia i/lub kobiety).

Zaplanowane metody komunikacji oraz środki przekazu, grupy docelowe i efekty działań przedstawione zostały w tabeli 1. W przypadku, gdy zaplanowane metody okażą się nieskuteczne (niskie zainteresowanie mieszkańców wdrażaniem LSR, brak zrozumienia komunikatów, wysoka liczba odrzuconych wniosków, nieprawidłowa realizacja projektów) planuje się podjęcie działań wpływających na zaistniałą sytuację. W zależności od zdiagnozowanego problemu może być to zmiana Planu komunikacji, procedur lub funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy też biura. Każdorazowo zmiany LSR przebiegały będą zgodnie z *Procedurą Aktualizacji LSR* stanowiącą załącznik 1 do LSR.

Zakładane wskaźniki dla poszczególnych działań przedstawia tabela 2.

Analiza efektywności działań komunikacyjnych przeprowadzana będzie na podstawie danych zbieranych przez LGD. Informacje dotyczące działań komunikacyjnych zbierane będą przez pracowników Biura poprzez e-mail, rozmowy telefoniczne, spotkania konsultacyjne. W przypadku stwierdzenia, iż opracowane metody są nieefektywne planuje się skorygowanie Planu komunikacji zgodnie z *Procedurą aktualizacji LSR*.

Wnioski i opinie lokalnej społeczności i/lub beneficjentów uzyskane dzięki obustronnej komunikacji zostaną wykorzystane w procesie realizacji LSR, w tym do modyfikacji LSR, procedur oceny i wyboru operacji, środków komunikacyjnych.

Na działania komunikacyjne przewidziano budżet w wysokości 16 000zł. Działania komunikacyjne finansowane będą ze środków budżetowych LSR 2014–2020 przeznaczonych na Wsparcie kosztów bieżących i aktywizacji.

Tabela 1 Metody oraz cele i grupy docelowe działań komunikacyjnych

	Cel oraz grupa docelowa działań komunikacyjnych					
	Poinformowanie o założeniach LSR Grupa docelowa: mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – osoby do 30. roku życia i/lub kobiety	Podsumowanie zrealizowanych i przedstawienie planowanych działań Grupa docelowa: mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – osoby do 30. roku życia i/lub kobiety	Bilans realizacji LSR Grupa docelowa: mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – osoby do 30. roku życia i/lub kobiety	Przekazanie informacji o konkursie Grupa docelowa: mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – osoby do 30. roku życia i/lub kobiety	Przekazanie informacji o wynikach konkursu Grupa docelowa: wnioskodawcy, mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – osoby do 30. roku życia i/lub kobiety	Przekazanie informacji o zmianach Grupa docelowa: mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), grupa defaworyzowana – osoby do 30. roku życia i/lub kobiety
Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach gmin wchodzących w skład LGD				x	x	
Artykuły na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www Stowarzyszenia			x	x	x	x
Artykuły na profilu LGD na portalu społecznościowym	x	x	x	x	x	x
Artykuły na stronie internetowej Stowarzyszenia	x	x	x	x	x	x
Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD		x	x			

Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej				x		
Otwarte spotkanie informacyjne w każdej gminie LGD			x			x
Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) konkursu w każdej gminie LGD	x			x		
Utworzenie mobilnego punktu informacyjnego				x		
Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych			x			
Informacja i doradztwo w siedzibie LGD	x	x	x	x	x	x
Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną	x	x	x	x	x	x
Kontakt poprzez wiadomość e-mail	x	x	x	x	x	x
Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów				x		
Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców		x				
Materiał informacyjny w regionalnych portalach internetowych	x			x		
Spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR				x		

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 2 Metody komunikacji oraz wskaźniki na poszczególnych etapach wdrażania LSR

Metody komunikacji	Osiągany wskaźnik	ETAP/cel/budżet/wartość wskaźnika					
		Poinformowanie o rozpoczęciu realizacji LSR, planowanych działaniach i możliwościach dofinansowania	Podsumowanie dotychczas zrealizowanych działań oraz przedstawienie działań planowanych	Podsumowanie realizacji LSR	Poinformowanie o planowanym konkursie	Poinformowanie o wynikach konkursu	Poinformowanie o planowanych i dokonanych zmianach
Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach gmin wchodzących w skład LGD	Liczba gmin, w których umieszczono ogłoszenie				4	4	
Artykuły na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD	Liczba zamieszczonych artykułów			1	15	15	2
Artykuły na profilu LGD na portalu społecznościowym	Liczba osób, które zobaczyły artykuł	30	30	30	30	30	30
Artykuły na stronie internetowej Stowarzyszenia	Liczba wejść na stronę internetową z artykułem	30	30	30	30	30	30
Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD	Liczba wydarzeń		3	3			
Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej	Liczba wydanych biuletynów				100		
Otwarte spotkania informacyjne w każdej gminie LGD	Liczba osób, które wzięły udział w spotkaniach			50			20
Spotkanie informacyjne	Liczba osób, który	50			50		

dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) konkursu w każdej gminie LGD	wzięty udział w spotkaniach						
Utworzenie mobilnego punktu informacyjnego	Ilość osób korzystających z doradztwa				40		
Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych	Ilość wypełnionych ankiet			50			
Informacja i doradztwo w siedzibie LGD	Liczba osób korzystających z doradztwa	30	30	30	30	30	30
Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną	Liczba osób	30	30	30	30	30	30
Kontakt poprzez wiadomość e-mail	Liczba osób	10	10	10	10	10	10
Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów	Ilość osób uczestniczących w szkoleniach				50		
Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców	Liczba wypełnionych i zwróconych ankiet		50% wnioskodawców				
Materiał informacyjny w regionalnych portalach internetowych	Potencjalna liczba odbiorców	500			500		
Spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR	Liczba spotkań				1		

Źródło: Opracowanie własne