

**Harmonogram planu komunikacji na 2020 r.**  
**- aktualizacja z dnia 11.02.2020 r.**

<b>Termin</b>	<b>Cel komunikacji</b>	<b>Nazwa działania komunikacyjnego i środki przekazu</b>	<b>Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)</b>	<b>Wskaźniki</b>	<b>Planowane efekty</b>	<b>Analiza efektywności</b>	<b>Opis wniosków/opinii</b>	<b>Budżet</b>
2 kwartał 2020 r.	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy. Ocena wdrożenia wniosków z wcześniej pozyskanej informacji zwrotnej: - ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	zwrot ankiet na poziomie min. 25%	Badanie monitoringowe osiągniętych wskaźników dla działania komunikacyjnego - po zakończeniu realizacji działania kom.	Wynik przeprowadzonego działania komunikacyjnego będzie upubliczniony za pomocą internetowych środków przekazu. Publikacja zestawienia końcowego na stronie internetowej LGD Ewentualne zalecenia dla pracowników LGD świadczących doradztwo, zaplanowanie dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej	-----
2 kwartał 2020 r.	Budowanie rozpoznawalności Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 oraz LGD „Dolina Gielczwi”	Wykonanie materiałów promocyjnych z logotypami UE i PROW	Mieszkańcy obszaru LGD, uczestnicy wydarzeń (spotkań, szkoleń, konkursów) organizowanych przez LGD, beneficjenci poddziałania 19.2, którzy otrzymali wsparcie za	Ilość wykonanych materiałów promocyjnych wg rodzaju – min. 2	Dzięki gadżetom promocyjnym liczba osób świadomych funkcjonowania PROW znacząco poszerzy się. Liczba rozkolportowanych materiałów	Stopień efektywności działania potwierdzi lista dystrybucji materiałów promocyjnych. Zakładamy osiągnięcie 100% wskaźnika (wykonanie i kolportaż) do końca 2020 r.	Zalecane jest, aby gadżety zostały rozkolportowane na całym obszarze LGD.	-----

			pośrednictwem LGD „Dolina Gielczwi”, turyści		promocyjnych do końca 2020 roku – 100%.			
3 kwartał 2020 r.	Aktywizacja społeczna mieszkańców obszaru LGD poprzez edukację.	Organizacja wydarzeń o charakterze edukacyjnym lub informacyjnym.	Mieszkańcy obszaru LGD zainteresowani poszerzeniem wiedzy w zakresach tematycznych zgodnych z celami LSR (sport, rekreacja, ekologia, ochrona przyrody, ochrona zdrowia i zdrowy tryb życia, kultywowanie lokalnej kultury, tradycji, historii)	Liczba zorganizowanych wydarzeń o charakterze edukacyjnym lub informacyjnym – min. 1	Liczba odbiorców wydarzeń o charakterze edukacyjnym lub informacyjnym, którzy zwiększą swoją wiedzę w zakresie tematycznym zgodnym z celami LSR – min. 10	Analiza efektywności organizowanych wydarzeń o charakterze edukacyjnym będzie prowadzona na bieżąco, tj. ocena stopnia zainteresowania (wg ilości zgłoszeń), ocena frekwencji uczestników (na podstawie listy obecności), ocena uczestników (anonimowa ankieta).	Informacja o planowanych wydarzeniach powinna dotrzeć do wszystkich gmin obszaru LGD, zalecane jest upublicznienie informacji o organizacji wydarzeń na stronie internetowej LGD oraz FB.	-----
4 kwartał 2020 r.	Aktywizacja społeczna mieszkańców obszaru LGD poprzez edukację.	Organizacja wydarzeń o charakterze edukacyjnym lub informacyjnym.	Mieszkańcy obszaru LGD zainteresowani poszerzeniem wiedzy w zakresach tematycznych zgodnych z celami LSR (sport, rekreacja, ekologia, ochrona przyrody, ochrona zdrowia i zdrowy tryb życia, kultywowanie lokalnej kultury, tradycji, historii)	Liczba zorganizowanych wydarzeń o charakterze edukacyjnym lub informacyjnym – min. 1	Liczba odbiorców wydarzeń o charakterze edukacyjnym lub informacyjnym, którzy zwiększą swoją wiedzę w zakresie tematycznym zgodnym z celami LSR – min. 20	Analiza efektywności organizowanych wydarzeń o charakterze edukacyjnym będzie prowadzona na bieżąco, tj. ocena stopnia zainteresowania (wg ilości zgłoszeń), ocena frekwencji uczestników (na podstawie listy obecności), ocena uczestników (anonimowa ankieta).	Informacja o planowanych wydarzeniach powinna dotrzeć do wszystkich gmin obszaru LGD, zalecane jest upublicznienie informacji o organizacji wydarzeń na stronie internetowej LGD oraz FB.	-----
1, 2, 3, 4 kwartał 2020 r.	Poinformowanie mieszkańców nt. realizacji LSR na lata 2014- 2020	Aktualizacja strony internetowej LGD	Mieszkańcy obszaru, osoby bezrobotne, poszukujące pracy przedsiębiorcy, oraz organizacje pozarządowe	Liczba unikalnych odsłon na stronie internetowej LGD – min. 250/kwartalnie	Zakładamy, że min. 50% użytkowników skorzysta z informacji zamieszczonych na stronie LGD	Stopień efektywności tego kanału komunikacji z mieszkańcami obszaru potwierdzi raport z Google analytics.	Zalecane jest wsparcie strony internetowej przez fanpage LGD i bieżąca analiza raportów z Google Analytics.	-----