

## Załącznik 5. Plan komunikacji

Załącznik uwzględnia m.in. zakładane wskaźniki, planowane efekty działań komunikacyjnych, analizę efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu, a także opis wniosków zebranych podczas działań komunikacyjnych i sposobu ich wykorzystania podczas realizacji LSR.

Głównymi celami komunikacji prowadzonej przez BLGD będą:

- poinformowanie lokalnej społeczności o LSR, w tym o stanie realizacji i ewentualnych zmianach LSR,
- poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania wniosku o dofinansowanie i możliwości uzyskania wsparcia ze środków UE,
- edukacja określonych grup docelowych zaangażowanych w proces realizacji LSR,
- uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD oraz jakości LSR

Grupy docelowe i działania komunikacyjne zostały uwzględnione w tabeli uwzględniającej Plan komunikacji oraz opisane w rozdziale IX LSR. W przypadku problemów z realizacją LSR, BLGD każdorazowo przeanalizuje dokładnie sytuację i podejmie stosowne decyzje, w tym również dotyczące komunikowania się ze społecznością. Możliwe działania komunikacyjne w takiej sytuacji, to np. zwiększona promocja dotycząca LSR, zachęcanie potencjalnych wnioskodawców do przygotowywania projektów (w przypadku słabego wykorzystania środków) lub dodatkowe działania szkoleniowe i doradcze (w przypadku dużej liczby błędów we wnioskach o dofinansowanie). W przypadku niskiego poparcia społecznego możliwe są działania związane z promocją LSR.

Zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych uwzględniono w poniższej tabeli.

Analiza efektywności działań komunikacyjnych i środków przekazu, będzie prowadzona poprzez:

- Analizę liczby uczestników poszczególnych działań. Dane, dotyczące prowadzonych działań będą gromadzone przez pracowników BLGD (ankiety satysfakcji, listy uczestników, liczba osób odwiedzających stronę www., itd.). Dane dotyczące skuteczności działań komunikacyjnych będą też pochodzić z monitoringu, który został opisany w rozdziale XI LSR.
- Ewaluację LSR, która m.in. oceni skuteczność działań komunikacyjnych prowadzonych przez BLGD.

Tak prowadzona analiza efektywności działań komunikacyjnych umożliwi pracownikom i Zarządowi BLGD szybkie reagowanie w celu poprawy jakości prowadzonych działań związanych z planem komunikacji. Wnioski zebrane podczas działań komunikacyjnych będą wykorzystane w procesie realizacji LSR. Wnioski będą gromadzone przez pracowników BLGD m.in. poprzez

- prowadzenie ankiet internetowych,
- prowadzenie projektów badawczych (np. ewaluacji), uwzględniających m.in. wywiady z mieszkańcami i beneficjentami, czy ankiety,
- kontakt z mieszkańcami czy beneficjentami podczas spotkań dotyczących doradztwa, szkoleń,
- bezpośredni kontakt z mieszkańcami czy beneficjentami - telefonicznie, czy internetowo,
- organizację i uczestnictwo w imprezach, w tym organizację punktów informacyjnych
- prowadzenie monitoringu i ewaluacji, zgodnie z Rozdziałem XI LSR.

Uzyskane informacje będą poddawane analizie przez pracowników Biura, Zarząd, Komisję Rewizyjną, czy też analizowane przez ekspertów zewnętrznych. W przypadku rekomendacji wiążących się z koniecznością dokonania zmian bądź aktualizacji LSR, BLGD będzie podejmowała kroki naprawcze. Będą one polegały na:

- rozpoznaniu problemu,
- przeanalizowaniu przyczyn występujących problemów,
- wprowadzeniu zmian/aktualizacji LSR, eliminujących przyczyny występowania problemów,
- informowanie o zmianach w LSR

Dla BLGD bardzo istotne jest aby ewentualne zmiany i aktualizacje LSR przeprowadzane były w sposób transparentny. Wyniki takich działań będą upubliczniane m.in. za pośrednictwem strony internetowej. Budżet przewidziany na działania komunikacyjne wynosi 310 000,00 zł.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania kom	Adresaci działania	Środki przekazu	Budżet	Wskaźniki
I poł. 2016	Poinformowanie lokalnej społeczności o rozpoczęciu realizacji LSR (główne cele, zasady realizacji, możliwość ubiegania się o dofinansowanie)	Kampania informacyjna dotycząca głównych założeń LSR 2014-2020	Mieszkańcy obszaru objętego LSR	- prowadzenie i aktualizacja strony www	3700	- strona www
II poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, m.in. o zasadach przyznawania pomocy w ramach LSR, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	Kampania informacyjna dotycząca możliwości wsparcia w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie - artykuły w serwisach www oraz portalach społ. - szkolenie - impreza dla mieszkańców - gadżety reklamowe - materiały info-promocyjne - prowadzenie i aktualizacja strony www	33090	- 1 artykuł i ogłoszenie o naborze w prasie - 2 artykuły w serwisach www, - 4 szkolenia, - 1 impreza, - gadżety (300 długopisów, 400 notesów, 100 ogrzewaczy reklamowych, 50 kubków termicznych 200 toreb, 100 rękawic reklamowych na rower, 100 ręczników sportowych reklamowych, 200 toreb składanych reklamowych - materiały (500 ulotek, 3 banery, 2 rollupy, 1 tablica info.,
I poł. 2017	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	Badanie satysfakcji wnioskodawców dotyczące pomocy świadczonej przez LGD (etap przygotowywania wniosków)	Wnioskodawcy LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	3000	- rozesłanie ankiet do min. 50% wnioskodawców, którzy aplikowali w ramach zakończonych konkursów
I poł. 2017	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, m.in. o zasadach przyznawania pomocy, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	Kampania informacyjna dotycząca możliwości wsparcia w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- ogłoszenia w prasie - artykuły w serwisach www oraz portalach społ. - szkolenia - gadżety reklamowe - materiały info.-promocyjne - prowadzenie i aktualizacja strony www	29610	- 2 ogłoszenia o naborze w prasie, - 2 artykuły w serwisach www, - 2 szkolenia - gadżety (500 długopisów 200 notesów, 200 toreb, 100 teczek, 10 zegarów reklamowych) - materiały - 500 ulotek - strona www

II pol. 2017	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, m.in. o zasadach przyznawania pomocy, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	Kampania informacyjna dotycząca możliwości wsparcia w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w tym osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- artykuły i ogłoszenia w prasie - artykuły w serwisach www oraz portalach społ. - wyjazd studyjny dla benef. - prowadzenie i aktualizacja strony www	30000	- 1 artykuł i 2 ogłoszenie o naborze w prasie. - 2 artykuły w serwisach www - wyjazd studyjny - strona www
I pol. 2018	Poinformowanie lokalnej społeczności o realizacji LSR – jej głównych celach, zasadach realizacji, możliwości ubiegania się o dofinansowanie	Kampania informacyjna dotycząca głównych założeń LSR 2014-2020	Mieszkańcy obszaru objętego LSR	- artykuły w serwisach www oraz portalach społecznościowych - impreza dla mieszkańców - materiały info- promocyjne	8000	- 1 artykuł w serwisie internetowym - 1 impreza - materiały: 500 ulotek
I pol. 2018	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, m.in. o zasadach przyznawania pomocy, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	Kampania informacyjna dotycząca możliwości wsparcia w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie - artykuły w serwisach www oraz portalach społecznościowych - szkolenie dla wnioskodawców - gadżety reklamowe - prowadzenie i aktualizacja strony www - promocja w TV	37700	- 2 ogłoszenia o naborze w prasie. - 1 artykuł w serwisie www - 1 szkolenie - gadżety (500 długopisów 100 notesów, itp.) - strona www - 1 materiał promujący obszar LSR w TV.
II pol. 2018	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD w ramach badania ewaluacyjnego	Ewaluacja zewnętrzna LSR, dotycząca realizacji LSR w latach 2016-2017	Mieszkańcy i wnioskodawcy	- badania ankietowe - wywiady telefoniczne - wywiad grupowy	18000	- min. 80 ankiet - min 8 wywiadów telefonicznych - 1 wywiad grupowy
II pol. 2018	Poinformowanie mieszkańców o wstępnych wynikach realizacji LSR	Kampania informacyjna dotycząca realizacji LSR.	Mieszkańcy i wnioskodawcy	- artykuł w serwisie www - konferencja - materiały info – promocyjne	6000	- 1 artykuł w serwisie www - 1 konferencja - materiały: 19 plakatów
II pol. 2018	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, m.in. o zasadach przyznawania pomocy, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	Kampania informacyjna dotycząca możliwości wsparcia w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w tym osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie - artykuły w serwisie www oraz portalach społecznościowych - materiały info-promocyjne - prowadzenie i aktualizacja strony www	6000	- 1 artykuł w prasie i 1 ogłoszenie o naborze. - 1 artykuł w serwisie www - materiały (500 ulotek) - strona www
I pol. 2019	Poinformowanie społeczności o LSR – jej głównych celach, zasadach realizacji, możliwości ubiegania się	Kampania informacyjna dotycząca głównych założeń LSR	Mieszkańcy obszaru objętego LSR	- artykuły w serwisie www oraz portalach społecznościowych - impreza dla mieszkańców	47500	- 1 artykuł w serwisie www - 1 impreza - 1 wyjazd studyjny

I poł. 2019	o dofinansowanie Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców m.in. o zasadach przyznawania pomocy, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	2014-2020 Kampania informacyjna dotycząca możliwości wsparcia w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w tym osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- wyjazd studyjny - materiały info-promocyjne - artykuły w prasie - artykuły w serwisach www oraz portalach społecznościowych - spotkanie info. z mieszkańcami - prowadzenie i aktualizacja strony www	11200	- materiały: 19 plakatów, 500 ulotek - 2 ogłoszenie o naborze w prasie. - 1 artykuły w serwisach www - 1 spotkanie - strona www
II poł. 2019	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców m.in. o zasadach przyznawania pomocy, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	Kampania informacyjna dotycząca możliwości wsparcia w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w tym osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie - artykuły na stronach www oraz portalach społecznościowych - prowadzenie i aktualizacja strony www - wyjazd studyjny dla beneficjent.	23000	- 2 artykuły w prasie - 2 artykuły w serwisach www - 1 wyjazd studyjny - strona www
I poł. 2020	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, m.in. o zasadach przyznawania pomocy, typach przedsięwzięć, które mogą ubiegać się o dofinansowanie, sposobie przygotowania wniosku i kryteriach wyboru projektów	Kampania informacyjna dotycząca możliwości ubiegania się o wsparcie w ramach LSR 2014-2020 oraz informacja o naborach.	Potencjalni beneficjenci, w szczególności osoby bezrobotne, przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie - artykuły na stronach www oraz portalach społecznościowych - szkolenia dla wnioskodawców - druk broszur info. - promocyjnych - materiały info-promocyjne. - prowadzenie i aktualizacja strony www	23700	- 1 ogłoszenie o naborze w prasie, - 2 artykuły w serwisach www - 1 szkolenie - 1000 szt. broszur - materiały: ulotki 100 szt. - strona www
II poł. 2020	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD w ramach badania ewaluacyjnego	Ewaluacja zewnętrzna LSR, dotycząca realizacji LSR w latach 2016-2020	Mieszkańcy i wnioskodawcy	- badania ankietowe - wywiady telefoniczne - wywiad grupowy	18000	- min. 80 ankiet - min 8 wywiadów telefonicznych - 1 wywiad grupowy
II poł. 2020	Poinformowanie mieszkańców o wstępnych wynikach realizacji LSR	Kampania informacyjna dotycząca realizacji LSR	Mieszkańcy i wnioskodawcy	- artykuł w prasie - artykuł na stronie www oraz portalu społecznościowym - konferencja - prowadzenie i aktualizacja strony www	11500	- 2 artykuły w prasie - 2 artykuły w serwisach www - 1 konferencja - strona www

PREZES ZARZĄDU  
  
Mariusz Kostka