

Harmonogram Planu komunikacji na 2024 r.

Cele szczegółowe Planu komunikacji								
<p>I. pobudzanie aktywności mieszkańców obszaru i informowanie o możliwościach pozyskania dofinansowania w ramach LSR,</p> <p>II. wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów i rozliczania poprzez profesjonalne doradztwo, szkolenia i pomoc na każdy etapie realizacji projektów,</p> <p>III. wzrost poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w UE dla obszaru LGD dzięki zrealizowanym w ramach strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,</p> <p>IV. budowanie pozytywnego wizerunku oraz utrwalenie spójnego systemu identyfikacji wizualnej LGD oraz operacji realizowanych w ramach wdrażania LSR zgodnie z księgą wizualizacji w zakresie PS WPR na lata 2023-2027,</p> <p>V. włączanie mieszkańców w proces podejmowania decyzji skutkujące aktywnym i ciągłym uczestnictwem społeczności lokalnej w bieżącym wdrażaniu LSR,</p> <p>VI. wzmocnienie współpracy partnerskiej i poziomu zaangażowania partnerów oraz interesariuszy LGD,</p> <p>VII. zebranie informacji na temat ewentualnych problemów związanych z procesem aplikowania o środki z budżetu LSR,</p> <p>VIII. aktywizacja i animacja do wdrażania innowacji dla określonych grup docelowych,</p> <p>IX. promocja dobrych praktyk osiąganych za pośrednictwem środków na wdrażanie LSR zarówno na terenie LGD, jak i w innych regionach kraju czy za granicą, które mogłyby zostać wdrożone na obszarze LGD poprzez projekty składane w ramach LSR, popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów innowacyjnych oraz prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.</p>								
1	2	3	4	5		6	7	8
Cel komunikacji	Działanie komunikacyjne	Grupa docelowa	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki		Planowane efekty	Planowany Budżet	Termin
				Jednostka miary	Wartość			
I, II, III, IV, V	Kampania informacyjno-promocyjna	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Turyści Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Artykuły na stronach internetowych UG i/lub jednostkach im podległych	Liczba artykułów	min. 1	Wyraźny wzrost zainteresowania możliwością skorzystania z pomocy finansowej w ramach wdrażania LSR. Zwiększenie intensywności udzielonego doradztwa, w tym dla osób z grup wykluczonych społecznie. Zwiększone zainteresowanie podjęciem, bądź rozwojem działalności gospodarczej. Wzrost zainteresowania lokalnymi inicjatywami społecznymi.	W ramach kosztów bieżących	II - IV kwartał 2024
			Artykuły na stronie internetowej LGD oraz portalu społecznościowym	Liczba artykułów	min. 1		W ramach kosztów bieżących	II - IV kwartał 2024
			Spotkania otwarte	Liczba spotkań	min. 3		350 euro	III kwartał 2024
			Materiały np. ulotki, publikacje, broszury informacyjne wręczana na spotkaniach i w biurze LGD	Liczba materiałów	Opracowanie i wydanie min. 1 opracowania w ilości 1 tys. sztuk		1 000 euro	II - IV kwartał 2024
			Nośniki promocyjne np. roll-up, ścianka reklamowa	Sztuka	1 szt.		500 euro	III - IV kwartał 2024

I, III, IV, V, VI, VIII, IX	Organizacja wydarzeń, imprez, warsztatów, szkoleń, konkursów, wyjazdów studyjno-szkoleniowych, poznanie dobrych praktyk Kampania informacyjno-promocyjna	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Turyści Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Publikacja Marka lokalna Dolina Pilicy	Liczba wydanych publikacji	min. 1 publikacja w ilości min. 1 tys. sztuk	Wyraźny wzrost kreatywności i aktywności lokalnych środowisk. Rozwój przedsiębiorczości. Rozwój społeczeństwa obywatelskiego. Wzrost wiedzy i umiejętności społeczności lokalnej. Przeszkolenie zakładanej liczby uczestników poszczególnych szkoleń. Aktywizacja zakładanej liczby uczestników poszczególnych warsztatów.	5 000 euro	III - IV kwartał 2024
			Nośniki/Materiały/ Gadzety promujące produkty marki lokalnej Dolina Pilicy	Liczba wydanych materiałów promocyjnych	min. 1 w ilości min. 1 tys. sztuk		800 euro	III - IV kwartał 2024
			Poznanie dobrych praktyk - produkty lokalne	Liczba wyjazdów studyjnych	1		7 000 euro	III - IV kwartał 2024
III, IV, VI, VII	Stacjonarny i mobilny punkt informacyjno-doradczy	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Turyści Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Ankiety w wersji papierowej i/lub elektronicznej	Zwrot ankiet na poziomie min. 60%	Zebranie i analiza opinii dot. wskazanego celu komunikacji. Wprowadzenie propozycji zmian komunikacyjno-proceduralnych dla zwiększenia skuteczności wdrażania LSR. Identyfikacja problemów komunikacyjnych.	W ramach kosztów bieżących	III - IV kwartał 2024
			Badanie trafności doboru sposobu prezentowania informacji oraz zainteresowania uczestnictwem w działaniach LGD.					Zebranie opinii dot. jakości i sposobu prezentacji informacji przez LGD. Identyfikacja problemów komunikacyjnych.
Całkowity budżet: 14 650 EURO								

Źródło danych: opracowanie własne.