

Lp	Termin realizacji	Działanie komunikacyjne	Zakładany wskaźnik	budżet	Przypisana grupa docelowa	Środki /narzędzia komunikacji	Uzasadnienie dotarcia do mieszkańców w tym grup defaworyzowanych	Planowane efekty działań komunikacyjnych
1	2016	Kampania informacyjna zorganizowana na terenie gmin objętych LSR, doradztwo indywidualne Oraz Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD Partnerstwo Sowiogórskie	1) Spotkania na terenie LGD – 5 spotkań w każdej Gminie + 1 spotkanie z Członkami Stowarzyszenia LGD - łącznie 80 osób	1) 5x 120,00 zł. poczęstunek + koszty dojazdu pracowników i Członków Zarządu na spotkanie; 1x 50,00 zł. poczęstunek – Spotkanie z Członkami LGD 2) bezkosztowo	mieszkańcy obszaru, potencjalni beneficjenci w tym grupy defawofyzowane określone w LSR oraz potencjalni partnerzy	komunikacja bezpośrednia – spotkania, doradztwo w Biurze LGD	Spotkania z osobami z grup defaworyzowanych wskazanych w LSR, osobami planującymi zakładać lub rozwijać działalność gospodarczą, przedstawicielami NGO, grup nieformalnych, mieszkańców	Poinformowanie społeczności lokalnej o zasadach realizacji LSR, zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD, wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD i znających założenia LGD i wdrażania, pozytywna ocena działalności LGD na rzecz rozwoju lokalnego Zgodnie z założeniami szacuje się dotarcie do grupy łącznie 110 osób w pośrednich i bezpośrednich kontaktach, za pomocą wydanych publikacji w liczbie adekwatnej do ich nakładu, za pomocą środków przekazu internetowego oraz prasowego w liczbie nakładu prasowego oraz średniej liczbie nowych odsłon strony internetowej w ilości możliwej do udokumentowania – czyli ze strony LGD: ok. 500 odsłon przy spodziewanych 40% nowych wizyt.
	Doradztwo za pomocą środków przekazu – 15 osób		bezkosztowo	Komunikacja telefoniczna oraz e-mailowa		Przekazywanie informacji prostą drogą dostępu w ramach ogólnego doradztwa		
	Ilość stron internetowych i portali : 7		bezkosztowo	Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów		Informacje docierające do osób młodych, korzystających z Internetu w urządzeniach stacjonarnych i mobilnych		
	Publikacja: nakład 2500 szt.		2934,75 zł. brutto	Biuletyn Sowiogórski		Biuletyn Sowiogórski dystrybuowany na spotkaniach bezpośrednich, w Biurze LGD oraz poprzez Gminy, CK, PUP, OPS itp.		
	Co najmniej 3 artykuły w lokalnych mediach – prasie - łączny przewidywany nakład 4 tyś.		bezkosztowo	Ogłoszenie w lokalnych mediach – gazetach/Biuletynach etc.		Artykuły pisane z uwzględnieniem starszego odbiorcy korzystającego z tradycyjnych dróg komunikacji rzadko korzystającego z urządzeń mobilnych		
	Publikacja: nakład 500 szt.		1260,00 zł. brutto	Wydawnictwa promocyjne – Wyciąg z LSR		Publikacja do dystrybucji głównie na szkoleniach i spotkaniach informacyjnych z potencjalnymi beneficjentami pomocy		

Lp	Termin realizacji	Działanie komunikacyjne	Zakładany wskaźnik	budget	Przypisana grupa docelowa	Środki /narzędzia komunikacji	Uzasadnienie dotarcia do mieszkańców w tym grup defaworyzowanych	Planowane efekty działań komunikacyjnych
2	II poł. 2016	Spotkania nt. zasad sporządzania wniosków i procedury ich wyboru przez Radę LGD, doradztwo indywidualne, warsztaty, wydawnictwa informacyjne	1) szkolenia – 5 szkoleń na terenie każdej z Gmin 2) bezpośrednie doradztwo	1) 8000,00 zł. 2) bezkosztowo	potencjalni beneficjenci	komunikacja bezpośrednia – szkolenia, doradztwo w Biurze LGD	Szkolenia dla osób z grup defaworyzowanych wskazanych w LSR, osób planujących założyć lub rozwijać działalność gospodarczą, przedstawicieli NGO, grup nieformalnych oraz mieszkańców	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR, zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD. Zgodnie z założeniami szacuje się dotarcie do grupy łącznie 115 osób w bezpośrednich i pośrednich kontaktach, za pomocą przekazu prasowego w liczbie nakładu prasowego oraz średniej liczbie nowych odsłon strony internetowej w powiązaniu z powyżej wskazanymi wskaźnikami realizującymi utrzymywanie dobrego wizerunku, rozpoznawalności LGD i ogólnie pojętej kampanii informacyjnej w ilości możliwej do udokumentowania – czyli ze strony LGD: ok. 500 odsłon przy spodziewanych 40% nowych wizyt.
		Doradztwo za pomocą środków przekazu – 15 osób	Bezkosztowo	Komunikacja telefoniczna oraz e-mailowa		Przekazywanie informacji prostą drogą dostępu w ramach ogólnego doradztwa		
		Ilość stron internetowych i portali : 7	Bezkosztowo	Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów		Informacje docierające do osób młodych, korzystających z Internetu w urządzeniach stacjonarnych i mobilnych		
		Co najmniej 3 artykuły w lokalnych mediach – prasie – łączny przewidywany nakład 4 tyś.	bezkosztowo	Ogłoszenia w lokalnych mediach		Artykuły pisane z uwzględnieniem starszego odbiorcy korzystającego z tradycyjnych dróg komunikacji rzadko korzystającego z urządzeń mobilnych		
		2 ogłoszenia x 11 sztuk	bezkosztowo	Plakaty		Plakaty informujące mieszkańców o planowanych spotkaniach informacyjnych i ogłoszeniach o naborach umieszczane na tablicach ogłoszeń na obszarze LGD		