

Termin realizacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Zakładany wskaźnik	budżet	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki /narzędzia komunikacji/ przekazu	Planowane efekty działań komunikacyjnych	Uzasadnienie adekwatności działań komunikacyjnych i środków przekazu do celów i wskaźników realizacji tych działań	Uzasadnienie adekwatności planowanych efektów działań komunikacyjnych do budżetu tych działań
I kwartał 2019	Kampania informacyjna zorganizowana na terenie gmin objętych LSR, doradztwo indywidualne – rozpowszechnianie informacji dot. PROW oraz LSR; informacja o planowanych naborach, zasadach sporządzania wniosków, celach, przedsięwzięciach i kryteriach oceny – wraz z utrzymaniem dobrego wizerunku obszaru LGD – promocja obszaru - CAŁOROCZNIE	Publikacja: nakład 250 szt. – termin realizacji: I / II kwartał	900,00 zł. brutto	mieszkańcy obszaru, potencjalni beneficjenci w tym grupy defaworyzowane określone w LSR oraz potencjalni partnerzy również spoza obszaru	Publikacja informacyjna dla Wnioskodawców/ Beneficjentów	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 60 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. 300 odsłon przy spodziewanych ok. 30 % nowych wizyt.	Publikacja do dystrybucji głównie na szkoleniach i spotkaniach informacyjnych z potencjalnymi beneficjentami pomocy	Większość zaplanowanych działań wykorzystuje partnerską współpracę z członkami Stowarzyszenia oraz pracę zatrudnionych w biurze pracowników i w związku z tym nie przewiduje dodatkowych kosztów.  Planowane wydatki związane z wydawnictwami w odniesieniu do efektów tych działań, tj. dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych wniosków i zrealizowania założeń LSR  Używane środki komunikacji w poprzednim okresie realizacji Planu komunikacji przyniosły bardzo zadawalające efekty w odniesieniu do poniesionego nakładu finansowego w postaci bardzo dużej liczby odbiorców tych działań.
II kwartał 2019		Publikacja 1 raz w ciągu roku: nakład 2500 szt. – w przedziale czasowym w zależności od możliwości wydawniczych oraz posiadanych materiałów	3000,00 zł. brutto		Publikacja promocyjna – informacyjna		Wydawnictwo dystrybuowane na spotkaniach bezpośrednich, w Biurze LGD oraz poprzez min. Gminy, CK	
III kwartał 2019		Co najmniej 2 łącznie w I i II kwartale artykuły w lokalnych mediach – prasie – łączny przewidywany nakład 2 tys.	bezkosztowo		Ogłoszenie / artykuł / informacja w lokalnych mediach – gazetach/Biuletynach w tym własnych publikacjach etc.		Artykuły pisane z uwzględnieniem starszego odbiorcy korzystającego z tradycyjnych dróg komunikacji lub osób rzadko korzystającego z urządzeń mobilnych	
		Doradztwo za pomocą środków przekazu oraz bezpośrednio w Biurze LGD – 20 osób - całorocznie – średnio kwartalnie 5 osób	bezkosztowo		Komunikacja telefoniczna oraz e-mailowa, komunikacja bezpośrednia, szkolenia, doradztwo w Biurze LGD		Przekazywanie informacji prostą drogą dostępu w ramach ogólnego doradztwa, Spotkania z osobami wskazanymi w LSR w tym osobami planującymi zakładać lub rozwijać działalność gospodarczą, przedstawicielami NGO, grupami nieformalnych, mieszkańcami i przedstawicielami grup defaworyzowanych	
IV kwartał 2019	- Kampania informacyjna – wydarzenia promocyjne, bieżące publikacje informacji, wydawnictwa i publikacje - utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD Partnerstwo Sowiogórskie - CAŁOROCZNIE	Ilość stron internetowych i portali : 5 – przed każdym naborem – termin realizacji zależny od terminu ogłoszenia naboru	bezkosztowo	Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów	Informacje docierające do osób młodych, korzystających z Internetu w urządzeniach stacjonarnych i mobilnych			
		Ogłoszenia/informacje: co najmniej 6 szt. przed każdym naborem – termin realizacji zależny od terminu ogłoszenia naboru	bezkosztowo	Informacja drukowana	Ogłoszenia informujące mieszkańców o planowanych spotkaniach informacyjnych lub ogłoszenia o naborach umieszczane na tablicach ogłoszeń na obszarze LGD			
		1) szkolenia – min. 2 szkolenia w ciągu roku z elementami warsztatowymi na terenie LGD (termin realizacji szkoleń dostosowany do terminu naboru)	1) 2000,00 zł. + poczęstunek + ewentualne koszty dojazdu na szkolenie;	Komunikacja bezpośrednia	Spotkania z potencjalnymi wnioskodawcami i Beneficjentami działań – grupy ujęte w LSR			

		<p>Udział w wydarzeniach promocyjnych –  <b>– wpłata zaliczki za najem stoiska na targach w maju 2020 roku</b></p>	<p>Koszt wynajmu powierzchni wystawienniczej – zaliczka w roku 2019 w wysokości 50% całkowitej należności <b>(1/2 wskaźnika w roku 2019 – przygotowania)</b> oraz realizacja kolejnych kosztów w roku 2020 – zapłata końcowa na wynajem stoiska - całkowity koszt wynajmu to ok. 3800,00 zł. brutto. Dalsze koszty: dojazd na wydarzenie – wynajem busa, noclegi dla osób obsługujących stoisko, poniesienia w roku 2020 + koszt ewentualnych ulotek i gadżetów promocyjnych wykonanych na wydarzenie – zgodny z przeprowadzonym zapytaniem ofertowym przed planowanym wydarzeniem <b>(1/2 wskaźnika w roku 2020 - realizacja)</b> Średni całkowity koszt przewidziany na udział w wydarzeniach promocyjnych – ok. 7 tys. złotych</p>				
		<p>Publikacja: 2 wydawnictwa po 1 tys. sztuk – przewidziane do realizacji II półrocze 2019</p>	<p><b>3900,00 zł. brutto</b></p>		<p>Wynajem powierzchni wystawienniczej, wyposażenie w narzędzia promocyjne z wykorzystaniem posiadanych zasobów przygotowanych do poprzednich działań promocyjnych</p>		<p>Dystrybucja materiałów merytorycznych i promocyjnych realizowanych w ramach planu komunikacji oraz innych zadań animacyjnych na wydarzeniach związanych z tematyką działalności LGD – promocja założeń LGD zawartych w LSR przy pomocy stoiska informacyjnego</p>
				<p>Publikacje promocyjne</p>		<p>Wydawnictwo dystrybuowane na spotkaniach bezpośrednich, w Biurze LGD oraz poprzez min. Gminy, CK, na wydarzeniach promocyjnych w których uczestniczy LGD</p>	