

| 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 |
|-------------------|---|--|---|---|--|---|--|---|
| II półrocze 2020 | <p>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</p> <p>- Kampania informacyjna – wydarzenia promocyjne, bieżące publikacje informacji, wydawnictwa i publikacje - utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD Partnerstwo Sowiogórskie - CAŁOROCZNIE</p> | <p>Udział w wydarzeniach promocyjnych – – realizacja drugiej połowy wskaźnika - zmiana terminu z 05/2020 na 09/2020</p> | <p>Kontynuacja realizacji wskaźnika – w roku 2019 zapłacono zaliczkę za wynajem powierzchni wystawienniczej w wysokości 50% całkowitej należności (1/2 wskaźnika w roku 2019 – przygotowania) 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 czy i gadżetów promocyjnych wykonanych na wydarzenie – zgodny z przeprowadzonym zapytaniem ofertowym przed planowanym wydarzeniem (1/2 wskaźnika w roku 2020 - realizacja) Średni całkowity koszt przewidziany na udział w wydarzeniach promocyjnych – ok. 7 tyś. złotych</p> | <p>mieszkańcy obszaru, potencjalni beneficjenci w tym grupy defaworyzowane określone w LSR oraz potencjalni partnerzy również spoza obszaru</p> | <p>Wynajem powierzchni wystawienniczej, wyposażenie w narzędzia promocyjne z wykorzystaniem posiadanych zasobów przygotowanych do poprzednich działań promocyjnych</p> | <p>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.</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>Większość zaplanowanych działań wykorzystuje partnerską współpracę z członkami Stowarzyszenia oraz pracę zatrudnionych w biurze pracowników i w związku z tym nie przewiduje dodatkowych kosztów.</p> <p>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</p> <p>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.</p> |

| 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 i II półrocze 2020 | | Publikacja 1 raz w ciągu roku II półrocze): 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 | |
| | | Co najmniej 2 w ciągu roku: w zależności od potrzeb i możliwości zamieszczenia - artykuły w lokalnych mediach – prasie - łączny przewidywany nakład 2 tyś. | 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 – 12 osób - całorocznie – średnio kwartalnie 3 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 | |
| | | 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 – 1 szkolenie w każdym półroczu 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 | |