

Termin realizacji	Cel komunikacyjny	Działania komunikacyjne	Adresaci działań komunikacyjnych (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji działań	Badanie efektywności działań komunikacyjnych	Budżet / kategoria wydatków
2025 – I półrocze	Animacja lokalnej społeczności oraz promocja innowacyjności, współpracy i zgłaszania nowych inicjatyw/pomysłów, zachęcanie o aplikowanie o środki, włączenie i aktywizacja mieszkańców we wdrażanie LSR	Spotkania aktywizacyjne/warsztatowe na temat wdrażania innowacji, jej promowanie oraz promowanie projektów realizowanych w partnerstwie	Mieszkańcy obszaru; członkowie LGD; Potencjalni Beneficjenci w tym grupy wykluczone wsparciem oraz osoby w niekorzystnej sytuacji określone w LSR	Prezentacje – komunikacja bezpośrednia Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD; Reklama za pośrednictwem mediów społecznościowych; Materiały drukowane – broszury wykonywane we własnym zakresie	Liczba spotkań warsztatowych - 5, Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronie internetowej LGD i partnerów oraz w mediach społecznościowych Liczba ogłoszeń	Liczba odbiorców spotkań Analityka strony internetowej LGD; Statystyka w mediach społecznościowych ----- Wzrost zainteresowania udziałem w realizacji projektów w partnerstwie; wzrost liczby mieszkańców znających założenia LGD i zasady partnerstwa oraz znaczenia innowacyjności dla efektywnego rozwoju obszaru	7500 euro/ <b>Działania animacyjne</b>
2025 – I i II półrocze przed naborami	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o planowanych naborach (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Spotkania/szkolenia nt. zasad sporządzania wniosków i procedury ich wyboru przez Radę LGD; Doradztwo indywidualne szkolenia z elementami warsztatowymi Materiały drukowane	Potencjalni Beneficjenci	Komunikacja bezpośrednia oraz pośrednia (telefoniczna oraz e-mailowa lub wykorzystywaniem innych środków przekazu) Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów Ogłoszenia Mailing do potencjalnych wnioskodawców Materiały drukowane – broszury wykonywane we własnym zakresie	Liczba udzielonego Doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej Liczba zorganizowanych spotkań/ i szkoleń w formie bezpośredniej – 1 spotkanie przed każdym ogłaszanym naborem; Liczba opublikowanych postów na stronie LGD / partnerów Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach Liczba potencjalnych wnioskodawców do których zostały wysłane informacje mailingiem	Analityka strony www LGD Liczba złożonych wniosków Liczba uczestników szkoleń Ewidencja doradztwa ----- Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR – ankietyzacja wnioskodawców, którzy złożyli wnioski o dofinansowanie o korzystaniu z doradztwa Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD	1000 euro/ <b>Działania animacyjne</b>

2025 - cały rok	Wspieranie beneficjentów w realizacji projektów realizowanych w ramach LSR	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci	Doradztwo indywidualne Strona internetowa LGD	Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej; Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronie internetowej LGD	Ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankietyzacja/ Monitoring – ankieta informacyjna dla LGD ----- Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	bezkosztowo
2025 - cały rok	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni wnioskodawcy oraz Beneficjenci pomocy	Informacje na stronie internetowej LGD; Komunikacja pośrednia (e-mailowa lub z wykorzystaniem innych środków przekazu)	Artykuł/informacja zamieszczona na stronie LGD	Monitoring – ankieta informacyjna dla LGD  ----- Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	bezkosztowo
2025 – cały rok	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD Partnerstwo Sowiogórskie z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych form komunikacji	Utrzymanie nowoczesnej strony internetowej	Mieszkańcy obszaru, Potencjalni beneficjenci, Potencjalni partnerzy projektów, turyści	Strona internetowa LGD;	Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie internetowej LGD	Analityka strony internetowej LGD; Statystyka w mediach społecznościowych Badanie ankietowe ----- Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD Wzrost liczby mieszkańców znających założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	100 euro <b>Działania animacyjne - promocja</b>

2025 – cały rok	Informowanie lokalnej społeczności o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania, w szczególności na poziomie osiągnięcia kamieni milowych	Kampania informacyjna	Ogół mieszkańców Członkowie LGD	Strona internetowa LGD; Informacja za pośrednictwem mediów społecznościowych;	Liczba przekazywanych informacji	Analityka strony internetowej LGD; Statystyka w mediach społecznościowych ----- Podwyższenie świadomości dot. działalności LGD Pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR	bezkosztowo
2025 – cały rok	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości szkoleń i doradztwa oraz działań animacyjnych realizowanych przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania i realizacji wniosków dot. realizowanych operacji oraz kampanii animacyjnej	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji, mieszkańcy	Ankiety monitorujące pracę LGD	Ankiety dostępne na stronie internetowej LGD oraz przekazywane bezpośrednio po świadczeniu usług doradczych	Badanie ankietowe	bezkosztowo