HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
Plan komunikacji – rok 2016

Termin	Cel komunikacji /planowane rezultaty	Działanie	Grupy docelowe	Środki przekazu	Wskaźniki	Koszty (zł)	Analiza efektywności działań i środków przekazu	Sposób wykorzystania informacji zwrotnej w procesie realizacji LSR	Działania zapasowe/dodatkowe na wypadek problemów
I. ORGANIZACJA ZADAŃ ANIMACYJNYCH , w tym:									
I.1. (1-4) PROMOCJA I INFORMACJA									
Co miesiąc od maja 2016 do grudnia 2016	*CEL: Rozpowszechnianie informacji na temat założeń LSR, konkursach/naborach w ramach wdrażania LSR, działaniach LGD oraz bieżącym stopniu osiągania celów i wskaźników LSR. Dotarcie do osób z grup defaworyz. z*	Materiały prasowe	Ogół mieszkańców obszaru, potencjalni beneficjenci	Zamieszczanie inform. w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej	**9000**	Ankieta dla mieszkańców odwiedzających biuro z zapytanie o źródło informacji o założeniach LSR, konkurach, naborach, stanie realizacji LSR	Ocena skuteczności stosowanych rozwiązań – zwiększenie nakładów na najbardziej skuteczne środki przekazu. Ewentualna modyfikacja planu komunikacji	Bieżące śledzenie najnowszych trendów związanych z przekazywanie m informacji/serwisów informacyjnych, społecznościowych, pod kątem ich wykorzystania w rozpowszechnia

Termin	Cel komunikacji /planowane rezultaty	Działanie	Grupy docelowe	Środki przekazu	Wskaźniki	Koszty (zł)	Analiza efektywności działań i środków przekazu	Sposób wykorzystania informacji zwrotnej w procesie realizacji LSR	Działania zapasowe/dodatkowe na wypadek problemów
	LSR/ zwiększenie udziału osób defaworyz. we wdrażaniu LSR REZULTAT: zwiększenie wiedzy mieszkańców na temat LSR i rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność oraz o PBN.								niu informacji, szczególnie w zakresie nowoczesnych technologii
II. DZIAŁALNOŚĆ BIEŻĄCA w tym:									
II.1 DORADCA									
Od 2016 w systemie	CEL: *Zwiększenie wiedzy na temat*	Doradztwo dla Przedsięwzięć 1-7	Docelowi beneficjenci przedsięwzięć	Komunikacja bezpośrednia	Liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego	*Wpisy przygotowywane przez pracowników biura – koszty*	*Ankieta na temat zadowolenia z doradztwa*	*Ocena jakości pomocy świadczonej przez LGD w zakresie*	*Dodatkowe przeszkolenie osób udzielających doradztwa np. w*

Termin	Cel komunikacji /planowane rezultaty	Działanie	Grupy docelowe	Środki przekazu	Wskaźniki	Koszty (zł)	Analiza efektywności działań i środków przekazu	Sposób wykorzystania informacji zwrotnej w procesie realizacji LSR	Działania zapasowe/dodatkowe na wypadek problemów
ciągłym	*warunków ubiegania się o dofinansowanie w ramach LSR* REZULTAT: *zwiększenie ilości wniosków poprawnym pod kątem formalnym i merytorycznym*				doradztwa	*bieżące*		*doradztwa*	*zakresie komunikacji interpersonalnej czy organizacji pracy*
II.2 BIURO LGD									
V - XII 2016	CEL: *Rozpowszechnianie informacji na temat założeń LSR, konkursach/naborach w ramach wdrażania LSR, działaniach LGD oraz bieżącym*	Zamieszczanie informacji na stronie internetowej LGD	Ogół mieszkańców obszaru, potencjalni beneficjenci	Strona internetowa LGD	Liczba informacji na stronie internetowej	*Utrzymanie strony internetowej w ramach kosztów bieżących , wpisy przygotowywane przez pracowników biura – koszty bieżące*	*- Ankieta dla mieszkańców odwiedzających biuro z pytaniem o źródło informacji o założeniach LSR, konkursach, naborach, stanie realizacji LSR , - statystyki odwiedzin serwisów*	*Ocena skuteczności stosowanych rozwiązań – zwiększenie nakładów na najbardziej skuteczne środki przekazu . Ewentualna modyfikacja planu komunikacji*	*Bieżące śledzenie najnowszych trendów związanych z przekazywaniem informacji/serwisów informacyjnych, społecznościowych, pod kątem ich wykorzystania w rozpowszechnianiu informacji , szczególnie w zakresie*
V - XII 2016		Zamieszczanie informacji na stronach internetowych	Ogół mieszkańców obszaru, potencjalni	8 stron internetowych gmin	Liczba informacji na stronach internetowych	*W ramach kosztów gmin partnerskich, wpisy przygotowywane przez pracowników*			

Termin	Cel komunikacji /planowane rezultaty	Działanie	Grupy docelowe	Środki przekazu	Wskaźniki	Koszty (zł)	Analiza efektywności działań i środków przekazu	Sposób wykorzystania informacji zwrotnej w procesie realizacji LSR	Działania zapasowe/dodatkowe na wypadek problemów
	stopniu osiągania celów i wskaźników LSR REZULTAT: *zwiększenie wiedzy mieszkańców na temat Lokalnej Strategii Rozwoju i rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność oraz o Partnerstwie Borów Niemodlińskich będącym LGD*	gmin partnerskich	beneficjenci			*JST*	*internetowych, - statystyki dotyczące odbioru materiałów drukowanych*		*nowoczesnych technologii*
V - XII 2016		Zamieszczanie informacji na profilu Facebook	Ogół mieszkańców obszaru, potencjalni beneficjenci	Profil społeczn.	Liczba wpisów - pracowników biura	*Wpisy przygotowywane przez pracowników biura – koszty bieżące*			
V - XII 2016		Mailing	Członkowie LGD, zespół odpowiedzialny za wdrażanie LSR, subskrybenci newsletera	Poczta elektroniczna	Liczba adresatów maili	*Utrzymanie poczty elektronicznej w ramach kosztów bieżących , poczta przygotowywana przez pracowników biura- koszty bieżące*			

Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich. Europa Inwestująca w Obszary Wiejskie.

P A R T N E R S T W O B O R Ó W N I E M O D L I Ń S K I C H
www.niemodlinskie.pl , niemodlinskie@op.pl
KRS 0000252107, **REGON** 160071125, **NIP** 991-03-92-817
Bank Spółdzielczy Namysłów, odz. Niemodlin
22889000010636318520060001