



Załącznik nr 5 do LSR  
Zmieniony uchwałą 59/16 Walnego Zebrania Członków  
w dniu 14.07.2016 r.

## PLAN KOMUNIKACJI

### ZAŁĄCZNIK DO LOKALNEJ STRATEGII ROZWOJU STOWARZYSZENIA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA MIĘDZY ODRĄ I BOBREM



Zabór, grudzień 2015

zmiana, lipiec 2016



## Cele komunikacji, działania komunikacyjne i ich główni adresaci, środki przekazu oraz oczekiwane efekty Planu Komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Oczekiwany efekt
II połowa 2016	Zapoznanie potencjalnych wnioskodawców z LSR, jej celami, zasadami przyznawania dofinansowania oraz typami operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako ważnego lidera rozwoju lokalnego	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR Stowarzyszenia LGD Między Odrą a Bobrem	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej, lokalne organizacje pozarządowe, JST.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły w prasie lokalnej; <b>2</b></li> <li>• Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); <b>12</b></li> <li>• Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych; <b>4</b></li> <li>• Bezpośrednie spotkania; <b>8</b></li> </ul>	<b>Zapoznanie potencjalnych beneficjentów o podstawowych założeniach LSR oraz miejscu i sposobie</b> uzyskania szczegółowych informacji w zakresie możliwości uzyskania wsparcia w ramach działań prowadzonych przez LGD <b>70 osób</b>
II połowa 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach oceny i wyboru operacji przez LGD (zwłaszcza w odniesieniu do kryteriów jakościowych) Prezentacja założeń Harmonogramu naboru wniosków na lata 2016 i 2017 Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru	Cykl spotkań na temat zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD Kampania internetowa na temat zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezpośrednie spotkania poprzedzone ogłoszeniami w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); <b>8</b></li> <li>• Informacje na stronie internetowej Stowarzyszenia oraz portalach</li> </ul>	<b>Zapoznanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach naborów 50 osób</b>



	objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR,			społecznościowych; <b>5</b>	
I połowa 2017	Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR, w szczególności osoby i podmioty z grup defaworyzowanych	Kampania reklamowa zachęcająca do udziału w kolejnych naborach organizowanych w ramach LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej oraz osoby i podmioty z grup defaworyzowanych.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informacje na stronach internetowych członków Stowarzyszenia <b>15</b></li> </ul>	
I połowa 2017	Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR, w szczególności osoby i podmioty z grup defaworyzowanych	Kampania reklamowa zachęcająca do udziału w kolejnych naborach organizowanych w ramach LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej oraz osoby i podmioty z grup defaworyzowanych.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Artykuły w prasie lokalnej <b>3</b></li> <li>Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOPSy, GOKi, obiekty sportowe, itp.); <b>10</b></li> <li>Informacje na stronach internetowych Stowarzyszenia i jego członków <b>15</b></li> <li>Media społecznościowe <b>2</b></li> </ul>	<b>Udział</b> potencjalnych beneficjentów już w naborach prowadzonych w ramach wdrażania LSR w roku 2017 i kolejnych latach <b>50 wniosków</b>
II połowa 2017	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy)	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy	wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców <b>50</b></li> </ul>	Zwrotny komunikat od ok. 50% respondentów do których rozesłano ankiety pozwalający na wprowadzenie ewentualnych korekt w zakresie działań objętych ankietą (jakość pomocy świadczonej przez LGD na



					<p>etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy, skuteczność dotychczasowych działań komunikacyjnych LGD)</p> <p><b>25 ankiet</b></p>
I połowa 2018	<p>Aktywizacja członków LGD do aktywnego włączenia się w działania na rzecz popularyzacji działań prowadzonych przez LGD</p> <p>Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako ważnego lidera rozwoju lokalnego</p>	<p>Kampania integracyjno-aktywizacyjna wewnątrz Stowarzyszenia</p>	<p>Członkowie LGD w szczególności JST i organizacje pozarządowe</p>	<p>Bezpośrednie rozmowy oraz korespondencja pocztą tradycyjną i elektroniczną</p> <p><b>20</b></p>	<p><b>Włączenie</b> się członków LGD w efektywne działania Stowarzyszenia i budowanie jego pozytywnego wizerunku <b>1 spotkanie 20 osób</b></p>
II połowa 2018	<p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach jakie niesie za sobą wdrażanie LSR</p> <p>Prezentacja Harmonogramu naboru wniosków na lata 2018 i 2019</p> <p>Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR, w szczególności podmioty z grup defaworyzowanych</p>	<p>Kampania reklamowa zachęcająca do udziału w kolejnych naborach organizowanych w ramach LSR</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej oraz osoby i podmioty z grup defaworyzowanych.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły w prasie lokalnej <b>2</b></li> <li>• Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); <b>10</b></li> <li>• Informacje na stronach internetowych Stowarzyszenia i jego członków <b>5</b></li> <li>• Media społecznościowe <b>2</b></li> </ul>	<p><b>Udział</b> potencjalnych beneficjentów w naborach prowadzonych w ramach wdrażania LSR w roku 2018 i 2019 oraz kolejnych latach</p> <p><b>40 osób</b></p>
I połowa	Uzyskanie informacji	Badanie satysfakcji i	wnioskodawcy w	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ankiety w wersji</li> </ul>	Zwrotny komunikat od ok.

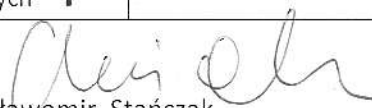


2019	zwrotnej nt. oceny dotychczasowych działań LGD w zakresie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• jakości pomocy świadczonej przez LGD beneficjentom</li> <li>• oczekiwań w zakresie dodatkowych naborów wniosków w ramach poszczególnych operacji</li> </ul>	oczekiwań wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy oraz rozliczania wniosków	poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców <b>40</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email potencjalnych wnioskodawców <b>50</b></li> </ul>	40% respondentów pozwalający na wprowadzenie ewentualnych korekt w ramach działań objętych ankietą (jakość pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy, oraz rozliczania tych wniosków; skuteczność dotychczasowych działań komunikacyjnych LGD) <b>30 ankiet</b>
II połowa 2019	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach jakie niesie za sobą wdrażanie LSR Prezentacja Harmonogramu naboru wniosków na rok 2020 Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc w ramach LSR	Kampania reklamowa zachęcająca do udziału w kończących się naborach organizowanych w ramach LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, świetlice, GOKi, obiekty sportowe, itp.); <b>10</b></li> <li>• Informacje na stronach internetowych Stowarzyszenia i jego członków <b>4</b></li> <li>• Media społecznościowe <b>2</b></li> </ul>	<b>Udział</b> potencjalnych beneficjentów w naborach prowadzonych w ramach wdrażania LSR w roku 2020 <b>40 wniosków</b>
I połowa 2020	Budowanie pozytywnego wizerunku LSR z wykorzystaniem informacji o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach	Kampania informacyjna nt. głównych efektów LSR w mijającej perspektywie 2014-2020	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły w prasie lokalnej <b>2</b></li> <li>• Edukacja dzieci i młodzieży <b>50</b></li> </ul>	<b>Wiedza</b> wśród mieszkańców o efektach wynikających z działań LGD i pozytywny odbiór społeczny tych działań. <b>500</b>



	wynikających z ich realizacji,			<ul style="list-style-type: none"><li>• Wydawnictwa drukowane (brozury, ulotki, itp.) <b>10</b></li><li>• Informacje na stronach internetowych i portalach społecznościowych <b>4</b></li></ul>	<b>osób</b>
--	--------------------------------	--	--	---	-------------

Zatwierdzam Przewodniczący Zebrania

  
Sławomir Stańczak