

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ NA 2024 R.

LP	Cel realizacji Planu komunikacji	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Opis wskaźnika działań komunikacyjnych	Docelowa wartość wskaźnika
1.	Wzmacnianie partnerstwa wewnętrznego	Organizacja otwartych wydarzeń np. spotkań, wizyt studyjnych, rajdów, spływów kajakowych, warsztatów	event marketing	Liczba zorganizowanych wydarzeń (z pominięciem obrad Walnego Zebrania)	1
		Kampania informacyjno-promocyjna o działaniach LGD	telefon, poczta e-mail, komunikatory internetowe	Liczba wysłanych informacji angażujących członków LGD do działania/uczestnictwa/reakcji (głosowanie, ankieta, zaproszenie itp.)	3
2.	Wzmocnienie partnerstwa na obszarze LSR	Organizacja otwartych wydarzeń integracyjnych np. wizyt studyjnych, rajdów, spływów kajakowych, warsztatów Organizacja otwartych wydarzeń edukacyjnych i aktywizacyjnych np. spotkań/szkoleń/forów/konferencji itp. tematycznych lub dla danej grupy społecznej	event marketing	Liczba zorganizowanych eventów	0
		Przeprowadzanie badań ankietowych/konsultacji	ankiety/formularze konsultacyjne w formie tradycyjnej i elektronicznej	liczba zwrotnych ankiet/formularzy konsultacyjnych	0
		Kampania informacyjno-promocyjna o działaniach LGD	telefon, poczta internetowa, media społecznościowe	Liczba wysłanych/opublikowanych informacji	4

		Prowadzenie kalendarza imprez	strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba prowadzonych kalendarzy	1
3.	Animowanie społeczności do partnerstwa z innymi podmiotami	Organizacja spotkań informacyjnych	kontakt bezpośredni	liczba spotkań	0
		Kampania informacyjno-promocyjna o możliwościach działań w partnerstwie	Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe	Liczba wysłanych informacji	0
		Kampania informacyjna poprzez stronę internetową, profil w mediach społecznościowych	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba zamieszczonych informacji o możliwości realizacji operacji w partnerstwie	0
4.	Animowanie społeczności do wdrażania innowacji	Organizacja spotkań informacyjnych	kontakt bezpośredni	liczba spotkań	1
		Kampania informacyjna poprzez stronę internetową, profil w mediach społecznościowych	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba zamieszczonych informacji o możliwości realizacji operacji innowacyjnych	4
5.	Aktywizacja ludzi młodych	Kampania informacyjna poprzez stronę internetową, profil w mediach społecznościowych	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba opublikowanych artykułów informujących o operacjach aktywizujących osoby młode	4
		Kampania informacyjno-promocyjna o działaniach skierowanych do ludzi młodych	telefon, poczta internetowa, komunikatory internetowe	Liczba wysłanych informacji	2
6.	Aktywizacja seniorów	Organizacja spotkań informacyjnych	kontakt bezpośredni	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz seniorów w gminach obszaru LGD,	0
		Plakat/ulotki	materiał drukowany	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób starszych wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR (głównie GOKów)	0

		Marketing szeptany	ulotka	Liczba przygotowanych i przekazanych sołtysom informacji/ulotek	0
7.	Informowanie społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz grup osób w niekorzystnej sytuacji lub o możliwości korzystania z efektów tych działań	Organizacja spotkań informacyjnych	spotkanie	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji w gminach obszaru LGD	0
		Plakat/ulotki	materiał drukowany	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji wywieszonych w siedzibach podmiotów obszaru LSR	0
		Marketing szeptany	ulotka	Liczba przygotowanych i przekazanych sołtysom informacji /ulotek	0
8.	Wzmacnianie efektów realizacji LSR	Prowadzenie badań z zastosowaniem ankiet/formularzy konsultacyjnych	ankieta	liczba zwrotnych ankiet/formularzy konsultacyjnych	0
		Udział w eventach gminnych	event marketing	Liczba imprez w gminach z obszaru LSR, na których prezentowano LGD	0
		Materiał informacyjny w prasie lokalnej	prasa lokalna	Liczba artykułów	0
		Organizacja spotkań informacyjnych	spotkanie	Liczba spotkań	0
		Kampania informacyjno-promocyjna o działaniach LGD	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba opublikowanych artykułów informujących o efektach realizacji LSR	0

Źródło: Opracowanie własne.



