

### Harmonogram realizacji planu komunikacyjnego na 2016 rok

| Cel komunikacji   | Działania komunikacyjne   | Adresaci działań komunikacyjnych   | Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych/środki przekazu  | Wartość wskaźnika do osiągnięcia w 2016r. | Planowane efekty działań komunikacyjnych   |
|---|---|--|---|---|--|
| Informowanie o stanie realizacji LSR oraz działalności LGD  | Bieżące publikacje informacji   | Osoby defaworyzowane<br><br>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą | Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronach internetowych LGD nt. stanu realizacji LSR oraz działalności LGD | 1   | Poinformowanie społeczności lokalnej o stanie realizacji LSR oraz działalności LGD<br><br>Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD  |
|   |   | Przedstawiciele NGO i JST  | Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych   | 1   |  |
|   |   | Ogół mieszkańców   | Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach   | 1   |  |
| Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach, typach operacji i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR | Kampanie informacyjne<br><br>Doradztwo indywidualne<br><br>Doradztwo grupowe<br><br>Bieżące publikacje informacji | Osoby defaworyzowane<br><br>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą | Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej                                | 100                                       | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR<br><br>Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD |
|   |   | Przedstawiciele NGO i JST  | Liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa  | 20  |  |
|   |   | Ogół mieszkańców   | Liczba opublikowanych postów na stronie LGD   | 1   |  |

|  |   |   |  |   |  |
|--|---|---|--|---|--|
|  |   |   | Liczba wysłanych informacji mailingiem do potencjalnych wnioskodawców  | 1 |  |
|  |   |   | Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych  | 1 |  |
| Promocja operacji realizowanych w ramach LSR                             | Wydawnictwa i publikacje  | Osoby defaworyzowane  | Liczba wydanych folderów i broszur promocyjnych  | 0 | Wzrost wiedzy społeczności lokalnej nt. realizowanych „wokół” nich projektów |
|  | Wydarzenia promocyjne   | Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą<br><br>Przedstawiciele NGO i JST<br><br>Ogół mieszkańców | Liczba osób które odwiedziły stoisko LGD podczas imprez promocyjnych (karty porad, materiały promocyjne, dok. zdjęciowa) | 0 | Podwyższenie świadomości nt. działalności LGD                                |
|  |   |   | Liczba wydarzeń promocyjnych i imprez integracyjnych, w których LGD brało udział   | 0 | Pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR           |
|  |   |   |  |   |  |
| Informowanie na temat prowadzonego doradztwa przez LGD „Dorzecze Bobrzy” | Wydawnictwa i publikacje  | Osoby defaworyzowane  | Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronach www LGD   | 1 | Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD                    |
|  | Wydarzenia promocyjne<br><br>Bieżące publikacje informacji<br><br>Kampanie informacyjne | Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą<br><br>Przedstawiciele NGO i JST<br><br>Ogół mieszkańców | Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach  | 1 | Wzrost liczby osób które skorzystają z doradztwa                             |

|  |  |                           |  |   |   |  |
|--|--|---------------------------|--|---|---|--|
|  |  |                           | Liczba wysłanych informacji mailingiem do potencjalnych wnioskodawców                          | 1   |   |  |
| Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalność i LGD „Dorzecze Bobrzy”                   | Bieżące publikacje informacji                              | Osoby defaworyzowane      | Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach  | 1   | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD<br><br>Wzrost liczby mieszkańców znających założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR<br><br>Pozytywna ocena działalności LGD „Dorzecze Bobrzy” na rzecz rozwoju lokalnego wśród społeczności lokalnej |  |
|  |  |                           | Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą                               | Liczba wysłanych informacji mailingiem                                    |   | 1  |
|  |  | Przedstawiciele NGO i JST |  | Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie www LGD                         |   | 1  |
|  |  |                           |  | Ogół mieszkańców  |   | Liczba imprez promocyjnych w których uczestniczyła LGD |
|  |  |                           | Liczba wydanych publikacji LGD   |   |   | 0  |
| Szczególne wsparcie procesu wdrażania LSR w zakresie tworzenia i utrzymania miejsc pracy | Kampanie informacyjne<br><br>Bieżące publikacje informacji | Osoby defaworyzowane      | Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej | 100   | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR<br><br>Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD                                  |  |
|  |  |                           | Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą                               | Liczba zorganizowanych spotkań (doradztwo grupowe) w formie bezpośredniej |   | 1  |
|  |  | Ogół mieszkańców          |  | Liczba opublikowanych informacji/artykułów na stronie LGD                 |   | 1  |

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
|   |   |   | Liczba wysłanych informacji mailingiem do potencjalnych wnioskodawców | 1 |   |
| Szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR                 | Kampanie informacyjne<br>Doradztwo grupowe<br>Bieżące publikacje informacji | Osoby defaworyzowane<br>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą<br>Przedstawiciele NGO i JST<br>Ogół mieszkańców | Liczba opublikowanych postów na stronie LGD                           | 0 | Wzrost udziału mieszkańców w procesie monitoringu i ewaluacji LSR i LGD   |
| Szczególne uwzględnienie grupy defaworyzowanej w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej nt. wdrażania LSR i realizowanych operacji | Kampania informacyjna<br>Bieżące publikacje informacji                      | Osoby defaworyzowane  | Liczba opublikowanych postów na stronie LGD                           | 0 | Wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane<br><br>Uwzględnienie opinii osób defaworyzowanych w działalności LGD i wdrażaniu LSR |