



## HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2019

LP	Termin	Cel komunikacji	Środki przekazu	Adresaci (grupy docelowe)	Wskaźnik produktu		Wskaźnik rezultatu		Planowane koszty	Uzasadnienie kosztów
					rodzaj	wart.	rodzaj	wart.		
1	2019	Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD, w szczególności potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, ogólnych zasadach przyznawania pomocy oraz typach operacji, na których realizację będzie można otrzymać wsparcie	- ogłoszenia, artykuły na stronach internetowych (m.in. LGD, gmin członkowskich) - ogłoszenia / artykuły / audycje w mediach lokalnych - informacja na portalu społecznościowym LGD	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności grupy defaworyzowane - beneficjenci realizujący projekt - mieszkańcy obszaru	- ogłoszenia, artykuły na stronach internetowych (m.in. LGD, gmin członkowskich)	3	- liczba odbiorców ogłoszeń na stronach internetowych	30	0 zł	Ogłoszenie na stronie www LGD oraz gmin członkowskich/ mierzone na podstawie Google analytic wydruków/print screenów
					- ogłoszenia / artykuły / audycje w mediach lokalnych	2	- liczba ogłoszeń w prasie lokalnej lub audycji w innych mediach	5 000	0 zł	Publikacja artykułu na łamach biuletynów gminnych gmin członkowskich, mierzone na podstawie nakładu gazet
					- informacja na portalu społecznościowym LGD	3	Liczba odbiorców informacji na portalu społecznościowym	300	0 zł	Mierzone na podstawie ilości postów i liczby ich odbiorców
2	2019	Poinformowania mieszkańców LGD o planowanych konkursach i innych działaniach podejmowanych przez LGD oraz zwiększenie zaangażowania mieszkańców LGD, promocja dobrych praktyk LGD i innych organizacji	- ogłoszenia/artykuły na stronach internetowych LGD i gmin członkowskich - ogłoszenia / artykuły w mediach lokalnych -informacja na portalu społecznościowym LGD - wysyłanie informacji e-mailowo - doradztwo w biurze LGD	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: - grupy defaworyzowane -beneficjenci realizujący projekt -mieszkańcy obszaru	- liczba ogłoszeń na stronach internetowych	20	- liczba odbiorców ogłoszeń na stronach internetowych	1 000	0 zł	Ogłoszenie na stronie www LGD oraz gmin członkowskich/ mierzone na podstawie Google analytic wydruków/print screenów
					-liczba informacji wysyłanych e-mailowo	5	- liczba odbiorców informacji wysyłanych e-mailowo	25	0 zł	Mierzone na podstawie ilości wysyłanych e-maili





					-liczba informacji na portalu społecznościowym	20	Liczba odbiorców informacji na portalu społecznościowym	5 000	0 zł	Mierzone na podstawie ilości postów i liczby ich odbiorców
					- liczba udzielonych porad w biurze LGD	10	Liczba odbiorów porad	10	0 zł	Na podstawie kart doradztw
					- wydarzenia promocyjne i aktywizujące	2	Liczba osób na stoisku promocyjnym lub laureatów nagród	15	0 zł	Mierzone na podstawie listy obecności lub protokołu przekazania nagród
3	2019	Informowanie o <b>szczegółowych</b> zasadach przyznawania pomocy w ramach poszczególnych typów operacji, zasadach rozliczania i realizacji projektów	- spotkania informacyjno-konsultacyjne/ szkolenia - ulotka informacyjna - materiały szkoleniowe -ankiety wypełniane przez uczestników szkoleń - doradztwo w siedzibie Biura	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: - grupy defaworyzowane -beneficjenci realizujący projekty -mieszkańcy obszaru	- liczba spotkań informacyjnych	1	Liczba uczestników spotkań/szkoleń w ramach konkursów, w tym z udziałem osób z grup defaworyzowanych	10	50 zł	Koszt obejmuje przygotowanie poczęstunku w postaci zakupu kawy, herbaty, mleczka, 3 rodzaje kruchych ciastek. Sale udostępnione nieodpłatnie. Ceny przyjęte na podstawie cen lokalnych sklepów. Mierzone na podstawie listy obecności oraz ilości wypełnionych ankiet
					- liczba opracowanych formularzy ankiet	0	Liczba ankiet wypełnionych przez uczestników spotkań/szkoleń	10	0 zł	Opracowane i wydrukowane przez biuro LGD. Mierzone na podstawie ilości ankiet zwróconych do biura



					- liczba opracowanych materiałów szkoleniowych	1	- liczba odbiorców materiałów szkoleniowych	10	0 zł	Materiały opracowane i wydrukowane przez biuro LGD. Mierzone na podstawie ilości wydrukowanych materiałów
					- liczba udzielonych porad	20	- liczba osób/podmiotów, które zwiększyły swoją wiedzę na temat zasad przyznawania pomocy/rozliczenia projektów	20	0 zł	Mierzone na podstawie kart doradztw. Niektórym podmiotom/osobom porady udzielane są kilkakrotnie dlatego liczba odbiorców porad jest niższa niż liczba samych porad.
4.	2019	Poinformowanie mieszkańców o ogłoszonym konkursie i terminach przyjmowania wniosków	- ogłoszenia/artykuły na stronie internetowej LGD, Gminy Gniezno oraz Gminy Wejherowo - informacja na portalu społecznościowym LGD - ogłoszenia/artykuły/audycje w lokalnych mediach - wiadomość e-mailingowa do osób deklarujących zainteresowanie konkursem	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: - grupy defaworyzowane - beneficjenci realizujący projekty	- liczba ogłoszeń w prasie lokalnej lub audycji w innych mediach	2	- liczba odbiorców ogłoszeń w mediach	12 000	1 300 zł	Koszt zamieszczenia ogłoszeń w prasie lokalnej/kopie stron gazety/ogłoszenie w największej lokalnej Gazecie Dzienniku Bałtyckim (Gryf Wejherowski): format 263 mm x 151,6 mm, nakład 2 x 6000 egzemplarzy, kolor 4/0, koszt jednorazowej emisji 650zł + 650 brutto. Mierzone na podstawie nakładu gazety.





					-liczba ogłoszeń na portalu społecznościowym	2	Liczba odbiorców informacji na portalu społecznościowym	150	0 zł	Na podstawie ilości postów oraz liczby ich odbiorców
					-liczba ogłoszeń na stronach internetowych	4	-liczba odbiorców ogłoszeń na stronach internetowych	150	0 zł	Mierzone na podstawie Google analytic, wydruków/print screenów
5	2019	Poinformowanie mieszkańców i wnioskodawców o wynikach konkursu	- ogłoszenie/artkuły na stronie internetowej LGD	- wszyscy wnioskodawcy, w szczególności grupy defaworyzowane	- liczba ogłoszeń na stronach internetowych	6	- liczba odbiorców ogłoszeń na stronach internetowych	150	0 zł	Mierzone na podstawie Google analytic, wydruków/print screenów
6	2019	Poznanie opinii o jakości działań podejmowanych przez LGD i usług doradczych świadczonych przez pracowników biura	- ankiety na stronie internetowej i portalu społecznościowym lub wysyłane mailowo do wybranych podmiotów, - ankiety elektroniczne wysyłane do beneficjentów poszczególnych typów operacji i kluczowych partnerów, - ankiety wypełniane przez uczestników innych wydarzeń - wywiady lub ankiety z organami i członkami Stowarzyszenia (na etapie kamieni milowych), - wywiady lub ankiety z pracownikami biura LGD	- wnioskodawcy i beneficjenci, którym LGD udzieliła wsparcia doradczego, - uczestnicy innych wydarzeń, - członkowie Stowarzyszenia i jego organów, - pracownicy biura LGD	- ankiety rozdawane wnioskodawcom na etapie składania wniosków	1	Liczba ankiet wypełnionych przez uczestników spotkań	5	0 zł	Mierzone na podstawie ilości wysyłanych e-maili
					- ankiety wypełniane przez uczestników innych wydarzeń	1	Liczba ankiet wypełnionych przez uczestników wydarzeń	5	0 zł	Opracowane i wydrukowane przez biuro LGD. Mierzone na podstawie ilości ankiet zwróconych do biura
					- wywiady lub ankiety z organami i członkami Stowarzyszenia (na etapie kamieni milowych),	1	Liczba ankiet lub udzielonych wywiadów wypełnionych przez członków Stowarzyszenia	10	0 zł	Opracowane i wydrukowane przez biuro LGD. Mierzone na podstawie ilości ankiet lub odpowiedzi na pytania zwróconych do biura





7	<b>Zmi ana zapis ów LSR</b>	Poinformowanie o zmianach w LSR dotyczących np. zmiany kryteriów oceny	- ogłoszenie/artkuł na stronie internetowej	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności ci: grupy defaworyzowane beneficjenci realizujący projekty mieszkańcy obszaru	- liczba ogłoszeń na stronie internetowej LGD	2	- liczba odbiorców ogłoszeń na stronie internetowej LGD	20	0 zł	Informacje zamieszczane na stronie internetowej LGD/mierzone na podstawie Google analytic ,wydruków /print screenów
---	---	--	---	--	---	---	---	----	------	---

