



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Plan Strategiczny dla
Województwa
Lubelskiego
na lata 2023-2027

HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA 2024 R.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe):	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Sposób badania efektywności działań komunikacyjnych oraz efekty zastosowania środków przekazu	Budżet realizacji
2024	Wzmocnienie i zwiększenie rozpoznawalności Stowarzyszenia „Lasowiacka Grupa Działania” przez informowanie m.in. o obszarze działania i celach LGD, promocja dobrych praktyk i projektów zrealizowanych za pośrednictwem LGD, rozpowszechnianie informacji o LGD	Kampania informacyjno-promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym NGO, JST i ich jednostki, przedsiębiorcy, osoby fizyczne, a w szczególności grupy w niekorzystnej sytuacji; - sołtysi i liderzy lokalnych społeczności, - mieszkańcy obszaru objętego LSR; - członkowie LGD 	1.1. Publikacje na stronie internetowej LGD	Liczba informacji umieszczonych na stronie internetowej LGD dot. realizowanych przez LGD działań – min.1 inf./rok.	<p>Sposób badania: Monitoring oglądalności strony LGD</p> <p>Efekty działań: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p>	0,00
				1.2. Posty na Facebook'u	Liczba postów zamieszczonych na Facebook'u dot. realizowanych przez LGD działań – min 1 inf./rok		0,00
				1.3. Artykuły zamieszczone na stronach internetowych JST	Liczba informacji zamieszczonych na stronach internetowych JST dot. realizowanych przez LGD działań - 1 komplet (9 informacji)/rok		0,00
				1.4. Wysyłanie informacji mailowo	Liczba informacji wysłanych mailowo dot. realizowanych przez LGD działań min. 1 inf./rok		0,00
				1.5. Publikacja artykułu w lokalnej prasie	Liczba artykułów dot. realizowanych przez LGD działań – 1 artykuł w lokalnej prasie		600,00 €



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



2024	<p>Informowanie mieszkańców obszaru LGD o LSR, w tym m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - jej głównych celach, - typach operacji, - zasadach przyznawania pomocy, - kryteriach oceny: w tym zastosowaniu innowacyjności, - konsultowanie zmian wprowadzanych do LSR i lokalnych kryteriów wyboru operacji. <p><i>(Działanie realizowane w przypadku zmian w LSR, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny)</i></p>	Kampania informacyjno-promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym NGO, JST i ich jednostki, przedsiębiorcy, osoby fizyczne, a w szczególności grupy w niekorzystnej sytuacji; - sołtysi i liderzy lokalnych społeczności, - mieszkańcy obszaru objętego LSR; - członkowie LGD 	2.1. Publikacje na stronie internetowej LGD	Liczba informacji umieszczonych na stronie internetowej LGD dot. LSR – min.1 inf./ aktualizację	<p>Sposób badania:</p> <p>Monitoring oglądalności strony LGD, wyświetleń postów na portalu społecznościowym.</p> <p>Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu</p> <p>Dokumentacja potwierdzająca udział w wydarzeniu np. zdjęcia, karta udzielonego doradztwa itp...)</p> <p>Efekty działań:</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p> <p>Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji</p>	0,00
				2.2. Posty na Facebook'u	Liczba postów zamieszczonych na Facebook'u dot. realizowanych przez LGD działań – min.1 inf./ aktualizację		0,00
				2.3. Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Liczba spotkań informacyjno-szkoleniowych – 1 spotkanie/aktualizację		200,00 €



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



2024	Informowanie mieszkańców obszaru LGD o ogłaszanych konkursach m.in. terminach przyjmowania wniosków, zasadach aplikowania, realizacji i rozliczania projektów, informowanie o wynikach naborów <i>(Działanie realizowane przed każdym naborem wniosków)</i>	Działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne.	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym NGO, JST i ich jednostki, przedsiębiorcy, osoby fizyczne, a w szczególności grupy w niekorzystnej sytuacji; - beneficjenci realizujący projekty; - sołtysi i liderzy lokalnych społeczności, - mieszkańcy obszaru objętego LSR; - członkowie LGD	3.1 Wysyłanie informacji o naborach - mailing	Liczba informacji przekazanych adresatom działań komunikacyjnych dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 2 inf./nabór	Sposób badania: Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa. Efekty działań: Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana na podstawie analizy złożonych wniosków o przyznanie pomocy w stosunku do zaplanowanych wskaźników.	0,00
				3.2 Informacje o naborach zamieszczone na stronie internetowej LGD	Liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 2 inf./nabór		0,00
				3.3 Informacje o naborach zamieszczone na stronach internetowych JST	Liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej JST dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 9 inf./nabór		0,00
				3.4 Informacje o naborach zamieszczone na facebooku	Liczba informacji zamieszczonych na facebooku dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 1 inf./nabór		0,00
				3.5 Spotkania informacyjne przed naborami	Liczba spotkań informacyjnych dla interesariuszy dot. realizowanych przez LGD naborów – min. 9 spotkań./nabór		500,00 €
				3.6 Doradztwo indywidualne w biurze LGD	Liczba udzielonego doradztwa/porad/informacji nt. Realizowanego wsparcia – min. 10 osób/nabór		0,00



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



2024	Informowanie mieszkańców obszaru o prowadzonych przez LGD działaniach aktywizacyjnych.	Kampania informacyjno-promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym NGO, JST i ich jednostki, przedsiębiorcy, osoby fizyczne, a w szczególności grupy w niekorzystnej sytuacji; - sołtysi i liderzy lokalnych społeczności, - mieszkańcy obszaru objętego LSR; - członkowie LGD 	4.1. Wysyłanie informacji mailowo o działaniach aktywizacyjnych	Liczba informacji przekazanych adresatom działań komunikacyjnych dot. realizowanych działań aktywizacyjnych – min. 2 inf./rok	<p>Sposób badania: Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana cyklicznie po przeprowadzonych działaniach</p> <p>Efekty działań: Działania komunikacyjne będą podlegały stałej ewaluacji i monitoringowi pod kątem ich jakości, trafności w realizacji celów komunikacyjnych i skuteczności w dotarciu do grup docelowych.</p>	0,00
				4.2. Artykuł podsumowujący działania komunikacyjne i animacyjne na stronie internetowej	Liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD – min. 2 inf./rok		0,00
				4.3. Informacje zamieszczone na facebooku	Liczba informacji zamieszczonych na facebooku – min. 2 inf./nabór		0,00
2024	Poznanie opinii o jakości działań podejmowanych przez LGD i usług doradczych świadczonych przez pracowników LGD.	badanie satysfakcji klienta oraz ocena przez członków i pracowników LGD	<ul style="list-style-type: none"> - wnioskodawcy / beneficjenci LGD, - uczestnicy spotkań informacyjnych, - członkowie LGD, - pracownicy LGD. 	5.1. Ankiety wypełniane przez wnioskodawców / beneficjentów poszczególnych typów operacji	Liczba ankiet wypełnionych przez beneficjentów – 10 szt.		0,00
				5.2. Ankiety wypełniane po spotkaniu informacyjnym	Liczba ankiet wypełnionych przez uczestników spotkań informacyjnych – 20 szt.		0,00
RAZEM BUDŻET NA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE							1 300,00 €

Stowarzyszenie
„Lasowiacka Grupa Działania”
39-460 Nowa Dęba, ul. M. Reja 7
NIP: 8672185317, REGON: 180387634
KRS: 0000319475

PREZES ZARZĄDU

mgr inż. Paweł Gardy