

Harmonogram realizacji planu komunikacyjnego na 2019 rok.

Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych oraz planowane efekty działań komunikacyjnych								
Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Budżet poszczególnych działań komunikacyjnych	Miesiące w których poszczególna komunikacja będzie realizowana	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty
I połowa 2019 r.	Pomowne poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia w kolejnych latach realizacji budżetu LSR. Pomowne przekazanie informacji o możliwości aplikowania:	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz o dalszej możliwości aplikowania;	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy;	Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK), artykuł na stronie internetowej oraz portalu społecznościowym LGD (przede wszystkim Facebook) Spokania, Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców;	0,00	Czerwiec	Liczba (1 szt.) ogłoszeń na tablicy informacyjnej LGD. Zamieszczenie artykułu na stronie internetowej oraz portalu społecznościowym LGD. Organizacja 1 spotkanie informacyjno-konsultacyjnych. Liczba (20 sz.) wypełnionych ankiet na stronie internetowej LGD.	Dotarcie do co najmniej 250 osób z informacjami o LSR na lata 2014-2020. Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach), Zwrot ankiet na poziomie 25%;
II połowa 2019 r.	Pomowne poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zklaszcza kryteriów jakościowych);	Spotkania nt. Zasad oceniania i wyboru projektów przez LGD;	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru;	Organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych na obszarze LGD - dających możliwość aplikowania zgodnie z celami szczegółowymi LSR na lata 2014-2020;	0,00	Wrzesień lub październik lub Listopad	Organizacja 2 spotkań informacyjno-konsultacyjnych;	Liczba osób na spotkaniu;

**Z komentarzem [M1]:**  
Zmniejszenie liczby ogłoszeń z 2 na 1 – drugie ogłoszenie przeniesione na II połowę 2019 r.

**Z komentarzem [M2]:**  
Zmniejszenie liczby spotkań z 2 na 1 – drugie spotkanie przeniesione na II połowę 2019 r.

**Z komentarzem [M3]:**  
Przeniesiono z I połowy 2019 r.

<p>Pomowne poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dotfinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia w kolejnych latach realizacji budżetu LSR.</p> <p>Pomowne przekazanie informacji o możliwości aplikowania;</p>	<p>Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz o dalszej możliwości aplikowania;</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy;</p>	<p>Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK), artykuły na stronie internetowej oraz portalu społecznościowym LGD (przebież wszystkim Facebook) (Spokanina, Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców;</p>	<p>0,00</p>	<p>Wrzesień lub Październik lub Listopad</p>	<p>Liczba (1 sz.) ogłoszeń na tablicy informacyjnej LGD Zamieszczenie artykułu na stronie internetowej oraz portalu społecznościowym LGD; Organizacja 1 spotkanie informacyjno-konsultacyjnych, Liczba (20 sz.) wysłanych ankiet na stronie internetowej LGD;</p>	<p>Dotarcie do co najmniej 250 osób z informacjami o LSR na lata 2014-2020. Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach), Zwrot ankiet na poziomie 25%.</p>
<p>Zapewnienie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych i kierunków rozwojowych realizowanych przy pomocy LSR;</p>	<p>Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowanych;</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci);</p>	<p>Publikacja dobrych praktyk projektowych, Promocja skutecznych działań na stronie internetowej www.mroga.pl oraz portalu społecznościowym (przebież wszystkim Facebook) LGD Organizacja 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego prezentującego dobre praktyki;</p>	<p>0,00</p>	<p>Grudzień</p>	<p>Zamieszczenie artykułu na stronie internetowej oraz portalu społecznościowym LGD Organizacja 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego prezentującego dobre praktyki;</p>	<p>Dotarcie do co najmniej 250 osób z projektami zrealizowanych projektów. Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o efektach realizacji LSR.</p>
<p>Uzyskanie informacji zwrotnej nt. Oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD w kolejnych konkursach;</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy. Ocena wdrożenia wniosków z wcześniejszej pozyskanej informacji zwrotnej;</p>	<p>Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR</p>	<p>Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców;</p>	<p>0,00</p>	<p>Październik lub Listopada lub Grudzień</p>	<p>Ankiety rozsyłane do min. 50% wnioskodawców (zakreślonych konkursów);</p>	<p>Zwrot ankiet na poziomie min. 25%.</p>

II połowa 2019 r.

**Z komentarzem [M4]:**  
Przeniesiono z I połowy 2019 r.

**Z komentarzem [M5]:**  
Przeniesiono z I połowy 2019 r.

**PREZES ZARZĄDU**  
*Piotr Nowacki*  
Piotr Nowacki