

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI – ROK 2024

Działania komunikacyjne	Grupa docelowa – adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Termin 2024	Wskaźniki	Wartość docelowa	Rezultaty działań
Kampania informacyjna na temat założeń LSR BL: przekazywanie informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy, kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR BL, informowanie o rezultatach realizacji LSR BL, promocja działalności LGD BL.	<p>Ogół zainteresowanych:</p> <ul style="list-style-type: none"> potencjalni przyszli wnioskodawcy ; mieszkańcy obszaru LGD BL (w tym osoby fizyczne zainteresowane podjęciem działalności gospodarczej); JSFP (jednostki sektora finansów publicznych); lokalni liderzy np. sołtysi, radni gmin; instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR BL m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku; organizacje pozarządowe (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe; przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR BL. 	Punkt informacyjny – biuro LGD	x	Liczba osób odwiedzających biuro beneficjentów [osoba]	20	<p>Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców obszaru LGD BL.</p> <p>Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności.</p> <p>Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego otoczenia.</p> <p>Wzrost poczucia tożsamości z regionem.</p> <p>Informowanie o przedsięwzięciach realizowanych w ramach LSR BL .</p> <p>Zainteresowanie działalnością realizowaną przez LGD BL.</p>
		1 z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram	x	Liczba artykułów/aktywności internetowych informacyjnych lub promocyjnych [szt.]	4	
		1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	x	Liczba odwiedzin strony internetowej /wyświetleń strony w ciągu roku (minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD).	1000	
		Otwarte spotkanie informacyjno-konsultacyjne	x	Ilość osób uczestniczących w spotkaniu lub Liczba Spotkań	20 1	
Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji UE, PS WPR, FEWL - EFS + , LGD BL	<ul style="list-style-type: none"> potencjalni beneficjenci; beneficjenci; instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR BL 	Materiały promocyjne	x	Liczba nośników znaków UE, PS WPR, FEWL - EFS+ LGD BL [szt.]	2	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD BL . Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności UE, PS WPR, FEWL - EFS+ na tle innych programów oraz funduszy europejskich.
Uzyskanie informacji zwrotnej (badanie satysfakcji) na temat : <ul style="list-style-type: none"> jakości usług świadczonych przez LGD BL, realizacji LSR BL, efektywności działań komunikacyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> ogół społeczeństwa potencjalni beneficjenci beneficjenci organy stowarzyszenia uczestnicy szkoleń/spotkań 	Ankieta	x	Liczba osób, które wypełniły ankietę [szt.]	20	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR BL. Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD BL. W przypadku problemów z realizacją LSR BL, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD BL nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych. W przypadku niskiej efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu LGD BL zobowiązana jest do skorygowania planu komunikacji, uwzględniając uwagi zgłaszane w ankietach.
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat: <ul style="list-style-type: none"> stanu realizacji LSR BL - wskazanie stanu osiągnięcia celów i wskaźników zaplanowanych w LSR BL 	<ul style="list-style-type: none"> ogół społeczeństwa potencjalni beneficjenci beneficjenci organy stowarzyszenia uczestnicy szkoleń/spotkań 	Raport - stan wdrażania – ZWL	x	Liczba raportów – stan wdrażania z ZWL [szt.]	2	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR BL. W przypadku problemów z realizacją LSR BL, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD BL nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych.