Plan komunikacji Lokalnej Grupy Działania Miasto Włocławek Harmonogram działań na rok 2016 (wersja z 24.11.2016 r.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Termin** | **Cel działań komunikacyjnych** | **Nazwa**  **działania** | **Adresaci** | **Środki przekazu** | **Wskaźniki** | **Planowany efekty działań** | **Sposób pomiaru efektywności działań** |
| II połowa 2016 | **Budowanie i podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród mieszkańców obszaru** | Kampania informacyjno-promocyjna | Mieszkańcy obszaru objętego LSR, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych oraz podmioty działające na obszarze lub na rzecz obszaru LSR | * spotkania informacyjne * strona www LGD | * liczba spotkań informacyjnych: 1 – październik 2016 * liczba wejść na www LGD: 100 | * wzrost wiedzy mieszkańców nt. mechanizmu funkcjonowania LGD * wzrost świadomości wśród mieszkańców nt. działalności LGD i założeń realizacji LSR | * listy obecności spotkań informacyjnych * protokoły ze spotkań informacyjnych i działań promocyjnych |
| III i IV kwartał 2016 | Informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach pozyskiwania środków w ramach LSR oraz o wsparciu w zakresie opracowania i realizacji operacji. | Kampania informacyjno- promocyjna  Działania informacyjne w ramach spotkań bezpośrednich | Wszyscy potencjalni beneficjanci | * spotkania informacyjne * strona www projektu | * liczba spotkań informacyjnych: 1 – wrzesień 2016 * liczba wejść na www LGD: 100 – sierpień-grudzień 2016 | * wzrost zainteresowania konkursami w ramach LSR * wzrost zainteresowania uzyskaniem wsparcia w zakresie opracowania i realizacji projektów dofinansowanych w ramach LSR | * liczba udzielonych informacji w zakresie możliwości pozyskiwania środków w ramach LSR * lista obecności spotkań informacyjnych, * protokoły ze spotkań informacyjnych |
| IV kwartał 2016 | Włączenie społeczności lokalnej w realizację LSR, zwłaszcza grup defaworyzowanych | Działania informacyjne w ramach spotkań bezpośrednich | Mieszkańcy obszaru objętego LSR, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych oraz podmioty działające na obszarze lub na rzecz obszaru LSR | * spotkania informacyjne * strona www LGD | * liczba spotkań informacyjnych: 1 październik 2016 | * przekonanie społeczności lokalnej, zwłaszcza grup defaworyzowanych o korzyściach płynących z realizacji LSR | * lista obecności i protokoły ze spotkań informacyjnych |
| IV kwartał 2016 | Upowszechnianie aktywnej integracji i aktywizacji społeczności lokalnej w oparciu o współpracę trzech sektorów (publicznego, społecznego, prywatnego) oraz mieszkańców | Kampania informacyjno-promocyjna  Działania informacyjne w ramach spotkań bezpośrednich | Mieszkańcy obszaru objętego LSR oraz podmioty działające na obszarze lub na rzecz obszaru LSR | * spotkania informacyjne * strona www LGD | * liczba spotkań informacyjnych: 1 październik 2016 * liczba wejść na www LGD: 100 – październik – grudzień 2016 | * wzrost świadomości nt. korzyści płynących ze współpracy międzysektorowej * sukcesywny wzrost zaangażowania przedstawicieli trzech sektorów w kontekście realizacji celów LSR | * listy obecności ze spotkań informacyjnych * protokoły ze spotkań informacyjnych |
| IV kwartał 2016 | Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach wdrażania LSR | Kampania informacyjno-promocyjna | Mieszkańcy obszaru objętego LSR, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych oraz podmioty działające na obszarze lub na rzecz obszaru LSR | * spotkania informacyjne * strona www LGD | * liczba spotkań informacyjnych: 1 październik 2016 * liczba wejść na www LGD: 100 – październik – grudzień 2016 | * wzrost wiedzy mieszkańców nt. stanu realizacji LSR * wzrost świadomości wśród mieszkańców nt. działalności LGD i założeń realizacji LSR | * listy obecności spotkań informacyjnych * protokoły ze spotkań informacyjnych i działań promocyjnych * opinie mieszkańców (mailowe, telefoniczne, przekazane osobiście pracownikom biura) |
| II połowa 2016 | Pozyskiwanie informacji zwrotnej od lokalnej społeczności na temat skuteczności środków przekazu i działań komunikacyjnych oraz kierunkach realizacji LSR | Ewaluacja i monitoring | Mieszkańcy obszaru objętego LSR, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych oraz podmioty działające na obszarze lub na rzecz obszaru LSR | * regularna weryfikacja źródła wiedzy nt. LSR i LGD wśród osób korzystających ze wsparcia * regularna weryfikacja opinii podmiotów zaangażowanych w realizację LSR nt. komunikacji * spotkania informacyjne | * liczba opinii: 1 – październik – grudzień 2016 * liczba spotkań informacyjnych: 1 – październik 2016 | * poprawa mechanizmów funkcjonowania LGD * naniesienie stosownych poprawek w planie komunikacji i dostosowanie do potrzeb społeczności lokalnej | * raporty ze spotkań informacyjnych * opinie podmiotów i osób zaangażowanych w LGD i realizację LSR |
| II połowa 2016 | Uzyskiwanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem jej poprawy i zwiększenia skuteczności. | Ewaluacja i monitoring | Beneficjenci LGD | * spotkania informacyjne | * liczba spotkań informacyjnych: 1 – październik 2016 | * poprawa mechanizmów funkcjonowania LGD * usprawnienie pracy LGD * dostosowanie podejmowanych działań do potrzeb beneficjantów LGD | * informacje od beneficjentów (mailowe telefoniczne, przekazane osobiście pracownikom biura) * raporty ze spotkań informacyjnych * sprawozdania |