

Harmonogram realizacji planu komunikacji Partnerstwa Lokalna Grupa Działania Bory Tucholskie na rok 2020

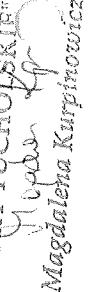
Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowy budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych/ Wskaźnik rezultatu (minimum)
I połowa 2020r.	A. wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR poprzez profesjonalną informację i pomoc w przygotowywaniu, i realizacji i rozliczaniu operacji B. budowanie pozytywnego wizerunku LGD wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie o efektach realizacji LSR i zwiększenie rozpoznawalności marki LGD C. aktywizowanie społeczności	1. Kampania informacyjna nt głównych założień LSR na lata 2014-2020 2. Grupy defaworyzowane 3. Środki masowego przekazu 4. Społeczność lokalna	1. Beneficjenci i potencjalni beneficjenci LSR 2. Grupy defaworyzowane 3. Środki masowego przekazu 4. Społeczność lokalna	- strona internetowa LGD - portal społeczeństwowy działający profil społeczeństwowy w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR - ulotka - plakat	1 działaająca strona internetowa w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR 1 aktywnie działający profil społeczeństwowy w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR - min. 3 rodzaje plakatu	0 zł 0 zł - 0 zł	Liczba wejść na stronę - średnio 2000 wejść na stronę przez 6 miesięcy Zasięg postów - średnio 1000 wyświetleń przez 6 miesięcy Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 375 osób Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 250 osób -

lokalnej i zwiększenie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR	- spot/reklama w radio	-	-	-
	- publikacja	-	-	-
	- materiały edukacyjne, gadżety	min. 1000 sztuk materiałów edukacyjnych/gadżetów	9 000 zł	Liczba odbiorców materiałów edukacyjnych, gadżetów – min. 1000 osób do 2022 r.
	- spotkania konsultacyjno-informacyjne/szkolenia dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów	Min. 2 szt	800 zł	Liczba uczestników spotkań/szkoleń – min. 30 osób
2. Spotkania bezpośrednie	- doradztwo indywidualne	Min. 60 porad	0 zł	Liczba zadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 60%
3. Imprezy promocyjne	- imprezy własne LGD	Min. 1 impreza własna LGD	2 465 zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 21 osób (uczestnicy mogą się powtarzać)
	- imprezy/wydawnictwa z udziałem LGD	Min. 2 imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	2 000 zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 100 osób

				Źródło weryfikacji – raport z imprezy/wydarzenia)
- wyjazdy studyjne dla liderów	-	-	-	
- ankiety	-	-	-	

II połowa 2020r.	A. wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR poprzez profesjonalną informację i pomoc w przygotowywaniu, realizacji i rozliczaniu operacji budowania pozytywnego wizerunku LGD wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie o efektach realizacji	1. Kampania informacyjna nt głównych założzeń LSR na lata 2014-2020 2. Grupy defaworyzowane 3. Środki masowego przekazu 4. Spoleczność lokalna	- strona internetowa LGD - strona internetowa w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR - portal społecznościowy działający profil społecznościowy w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR - ulotka - plakat	Liczba wejść na stronę - średnio 2000 wejść na stronę przez 6-miesiący Zasięg postów - średnio 1000 wyświetleń przez 6 miesięcy
4. Badania satysfakcji			Min. 2 rodzaje plakatu	Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD – min. 250 osób

	LSR i zwiększenie rozpoznawalności marki LGD	- artykuły/ogłoszenia w prasie - postery - informacyjne - spot/reklama w radio - publikacja - materiały edukacyjne, gadżety	-	-	-
C. aktywizowanie społeczności lokalnej i zwiększenie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR					
2.	Spotkania bezpośrednie	- spotkania konsultacyjno-informacyjne/szkolenia dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów - doradztwo indywidualne	Min. 1 szt - Min. 60 porad	800 zł - 0 zł	Liczba uczestników spotkań/szkoleń – min. 20 osób
3.	Imprezy promocyjne	- imprezy własne LGD - imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	- Min. 2 imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	2 000 zł -	Liczba uczestników zadowolonych z udzielenego doradzania –min. 60%
4.	Badania satysfakcji	- wyjazdy studyjne dla liderów - ankiet	- -	-	-

P R E Z E S
 PARTNERSTWA "LGD"
BORY TUCHOLECKIE

 Małgorzata
 Małgorzata Kurpinowicz