

## Załącznik nr 5 – Plan komunikacji

Poniższa tabela zawiera opis działań komunikacyjnych, grup docelowych (adresatów działań), środków przekazu oraz wskaźników i efektów planowanych działań.

Tabela 27 Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania	Środki przekazu planowane do wykorzystania	Wskaźniki	Planowane efekty działań komunikacyjnych
I i III połowa 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o rozpoczęciu realizacji LSR na lata 2015-2023 (założenia, cele, zasady przyznawania dofinansowania oraz rodzaje operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampania informacyjna nt. założeń LSR na lata 2015-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>potencjalni wnioskodawcy, w tym beneficjenci w ramach poprzedniej LSR</li> <li>grupy defaworyzowane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w sołectwach obszaru LSR.</li> <li>artykuły na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD.</li> <li>Artykuły na stronie internetowej LGD.</li> <li>Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej.</li> <li>Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD, w tym w odpowiednich urzędach pracy i ośrodkach pomocy społecznej,</li> <li>Spotkania podczas Sesji Rady w każdej gminie.</li> <li>Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.</li> <li>Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zamieszczenie artykułów na 8 stronach internetowych</li> <li>spotkania podczas 7 sesji Rad Gmin tworzących LGD</li> <li>7 spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców</li> <li>Wydruk i rozdysponowanie Biuletynu LGD – 70 egz.</li> <li>Wydruk i rozdysponowanie ulotek – 700 egz.</li> <li>Przekazanie informacji do min. 3 Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zainteresowanie mieszkańców i podmiotów operujących na obszarze tematyką LSR</li> <li>Dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>



<p>I i II połowa 2016</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)</p>	<p>Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• potencjalni wnioskodawcy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły na stronie internetowej LGD.</li> <li>• Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej.</li> <li>• Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów</li> <li>• Newsletter LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców</li> <li>• Przekazanie informacji do min. 3 Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich</li> <li>• Uroczomienie newsletteru LGD i rozesłanie go do min. 100 odbiorców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zainteresowanie mieszkańców i podmiotów operujących na obszarze tematyką LSR</li> <li>• Dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>
<p>Od I połowy 2016 do końca realizacji przed strategii przed każdym konkursem (spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów przed każdym konkursem z wyłączeniem 2021 roku)</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o warunkach i sposobach realizacji i rozliczania projektów. Poinformowanie potencjalnych uczestników projektów (odbiorców projektów), w tym przedstawicieli grup defaworyzowanych o możliwościach składania wniosków i uczestnictwie w operacjach</p>	<p>Informowanie nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów oraz możliwości uczestnictwa w operacjach</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• potencjalni wnioskodawcy, w tym beneficjenci w ramach poprzedniej LSR</li> <li>• grupy defaworyzowane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej.</li> <li>• Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów</li> <li>• Newsletter LGD</li> <li>• Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.</li> <li>• Doradztwo w biurze LGD</li> <li>• Doradztwo telefoniczne</li> <li>• Przekazanie informacji do urzędów pracy i ośrodków pomocy społecznej celem dotarcia do grup defaworyzowanych</li> <li>• informacje na stronach poszczególnych gmin i na stronie LGD</li> </ul>	<p><u>Wskaźniki dla kampanii przed konkursem</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców (w całym okresie min. 20 spotkań)</li> <li>• informacje na stronach internetowych poszczególnych urzędów gmin i na stronie LGD</li> <li>• Przekazanie informacji do min. 3 Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich</li> </ul>	<p><u>Wskaźniki dla kampanii przed każdym konkursem</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców - dotarcie do min. 500 odbiorców</li> <li>• Zapewnienie złożenia wniosków przez min. 40 wnioskodawców w całym okresie</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• szkolenia dla potencjalnych wnioskodawców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uruchomienie newsletteru LGD i rozesłanie go każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> <li>• Udzielenie doradztwa dla min. 80 wnioskodawców w całym okresie</li> <li>• Organizacja min. 1 szkolenia prowadzonego przez LGD dla potencjalnych wnioskodawców przed każdym naborem wniosków.</li> </ul>	<p>Od III połowy 2016 do końca realizacji strategii po każdym konkursie</p>	<p>Poinformowanie wnioskodawców o wynikach konkursu</p>	<p>Informowanie nt. wyników konkursu</p>	<p>Wnioskodawcy w danym konkursie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter LGD</li> <li>• informacja na stronie LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• informacja na stronie LGD</li> <li>• rozesłanie Newsletteru każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> </ul>	<p>II połowa 2017 i w kolejnych latach do czasu zakończenia realizacji LSR</p>	<p>Podsumowanie zrealizowanych działań, promocja LSR</p>	<p>Podsumowanie kolejnych lat wdrażania LSR</p>	<p>Dotychczasowi wnioskodawcy Potencjalni wnioskodawcy Dotychczasowi odbiorcy operacji Potencjalni odbiorcy operacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej</li> <li>• Newsletter LGD</li> <li>• Informacja na stronie LGD</li> <li>• artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• ankiety monitorujące skierowane do wnioskodawców</li> </ul>	<p>Wskaźniki dla każdorazowego badania po pojedynczym konkursie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rozesłanie Newsletteru każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> <li>• zamieszczenie 7 artykułów w lokalnej prasie</li> <li>• zamieszczenie 1 informacji na stronie internetowej LGD</li> </ul> <p>Wskaźniki dla każdorazowego badania po pojedynczym konkursie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cykliczne podsumowanie wdrażania LSR</li> <li>• Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców - dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>
--	--	--	--	---	--	---	---	--	---------------------------------------	---	---	--	--	---	--	---	---

<p><b>Od II połowy 2017 do końca realizacji Strategii</b> <b>każdorazowo po zakończeniu konkursu</b></p>	<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenia ew. korekt w tym zakresie, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych.</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków aplikacyjnych o wsparcie projektowanych działań.</p>	<p>Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ankiety skierowane drogą elektroniczną na adresy e-mail Wnioskodawców</li> </ul>	<p><u>Wskaźniki dla badania jakości po pojedynczym konkursie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Liczba ankiet skierowanych drogą elektroniczną na adresy wnioskodawców: 4</li> </ul>	<p><u>Wskaźniki dla badania jakości po pojedynczym konkursie:</u></p> <p>Dotarcie do min. 4 osób</p>
<p><b>2023 rok</b></p>	<p>Podsumowanie wdrażania strategii</p>	<p>Kampania informująca o zrealizowanych operacjach i podsumowująca cały okres wdrażania LSR</p>	<p>Wnioskodawcy Odbiorcy operacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Artykuły na stronie internetowej LGD.</li> <li>Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej</li> <li>Newsletter LGD</li> <li>informacje na stronach poszczególnych gmin i na stronie LGD</li> <li>artykuły w lokalnej prasie</li> <li>Spotkania podsumowujące</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców (w całym okresie min. 20 spotkań)</li> <li>informacje na stronach internetowych poszczególnych gmin i na stronie LGD</li> <li>rozesłanie Newsletteru każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> <li>zamieszczenie 7 artykułów w lokalnej prasie</li> <li>zamieszczenie 7 informacji na stronie internetowej LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>podsumowanie wdrażania LSR</li> <li>promocja zrealizowanych działań</li> <li>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców - dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba ankiet monitorujących (min. 4)</li> </ul>			

### **Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu**

Zaplanowane działania komunikacyjne oraz wykorzystane środki przekazu podlegać będą okresowej analizie pod kątem skuteczności (osiągnięcia zakładanych efektów) oraz efektywności, czyli analizy wysokości nakładów ponoszonych na działania komunikacyjne w odniesieniu do uzyskiwanych efektów. Biuro zakłada także uzyskiwanie informacji zwrotnej od grup docelowych poszczególnych działań komunikacyjnych. W sytuacji, gdy Biuro LGD stwierdzi, że podejmowane działania nie przynoszą zakładanego efektu, możliwe będzie wdrożenie innych rozwiązań, np. zastąpienie jednego kanału innym lub zmodyfikowanie danego środka przekazu.

Biorąc pod uwagę planowaną wielkość środków przeznaczonych na realizację planu komunikacji (20 000 zł) należy uznać, że dotarcie każdorazowo do kilkuset odbiorców odbywać się będzie przy znikomych nakładach finansowych.

### **Opis wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych, sposobu ich wykorzystania w procesie realizacji:**

Plan komunikacji przewiduje działania dotyczące zbierania informacji o funkcjonowaniu LGD oraz poziomu zadowolenia z wdrażania LSR. W przypadku sygnałów dot. niezadowolenia z poziomu obsługi LGD lub sposobu przeprowadzenia operacji, konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych, np. wyjaśnienia/sprostowania na spotkaniach, pozyskanie informacji przez pracowników biura LGD bezpośrednio od wnioskodawców/odbiorców/uczestników działań, przeprowadzenie szerszych badań ankietowych w celu ustalenia, czy był to przypadek incydentalny, czy może jest to wina niesprawnego systemu. Po analizie informacji możliwe będzie ustosunkowanie się do uwag i zastrzeżeń i wyciągnięcie wniosków na przyszłość, by zapewnić zadowolające funkcjonowanie komunikacji w ramach LSR.

### **Budżet na działania komunikacyjne**

Zaplanowano przeznaczenie 20 000 zł na realizację planu komunikacji. Kwota nie jest zawyżona, ponieważ doświadczenie pracowników biura wskazuje, że większość podejmowanych działań to działania praktycznie bezkosztowe - główny nacisk położono na komunikację za pośrednictwem Internetu - artykuły, ogłoszenia, ankiety zamieszczane na stronach internetowych LGD i urzędów gmin, rozsyłanie informacji drogą mailową, przekazywanie tradycyjnych ogłoszeń do urzędów gmin czy Urzędów Pracy celem wywieszenia na tablicach ogłoszeń. Wybór tego rodzaju środków przekazu wynika z analizy danych zebranych na etapie ankietyzacji. Realizacja planu komunikacji zostanie pokryta ze środków przeznaczonych na koszty bieżące.

*Luoyden*

Przewodniczący Walnego Zebrania Członków – Teresa Sznajder

MAJOWIŚLAŃSKA GRUPA DZIAŁANIA  
"E.O.CENOMA"  
32-820 Szczurowa, ul. Rynek 4  
tel./fax 014 671 40 70  
NIP 869-187-23-61 REGON 120251189