

Lokalna Grupa Działania "Region Włoszczowski"  
Harmonogram realizacji planu komunikacji

	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Grupy docelowe	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań	Wartość docelowa wskaźnika z planu komunikacji	Skumulowany poziom realizacji wskaźnika z lat ubiegłych	Poziom realizacji wskaźnika w danym kwartale roku				Budżet
1.	Wzmocnienie wewnętrznego partnerstwa	Newsletter dla członków Stowarzyszenia	Członkowie LGD	Email	Liczba zestawów wiadomości email wysłanych do członków Stowarzyszenia	1		1	0	0	0	bezkosztowo
		Coroczne warsztaty refleksyjne (pierwszy w 2025 r.)		Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe	Liczba warsztatów	1		0	0	0	0	-
		Nabór fiszek promujących nowe sposoby działania		Fizyki z pomysłami na działania	Kampania przyjmowania fiszek	1		0	0	0	1	bezkosztowo
		Szkolenia dla członków LGD		Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe	Liczba szkoleń	1		0	0	1	0	150,00 €
2.	Wzmocnienie partnerstwa na obszarze LSR i animowanie społeczności do partnerstwa z innymi podmiotami	Informowanie o zapisach LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe; • ulotka; • Plakaty • artykuły i audycje w mediach lokalnych	Liczba zrealizowanych kampanii informacyjnych	7		0	1	0	0	140,00 €
		Doradztwo w biurze LGD		• Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe;	Liczba osób, którym udzielono indywidualnego doradztwa	300		0	0	10	30	bezkosztowo
		Rejestr NGO i podmiotów ekonomii społecznej		• Strona internetowa;	Liczba utworzonych / prowadzonych rejestrów elektronicznych	1		0	0	0	0	bezkosztowo
		Przyjmowanie propozycji: - zmian w LSR, - usprawnień w funkcjonowaniu LGD, - nowych inicjatyw		• Formularz kontaktowy na stronie;	Liczba artykułów na stronie	7		0	0	1	0	bezkosztowo
		Pozyskiwanie informacji zwrotnej		Ankieta dla mieszkańców obszaru	Liczba otrzymanych ankiet	30		0	0	0	0	bezkosztowo
3.	Animowanie społeczności do wdrażania innowacji	Szkolenia	Mieszkańcy obszaru LGD, w szczególności przedsiębiorcy i przedstawiciele NGO	• Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe;	Liczba przeprowadzonych szkoleń	6		0	0	1	0	250,00 €
		Spotkania informacyjne		• Komunikacja bezpośrednia	Liczba spotkań informacyjnych	6		0	0	0	1	250,00 €
		Promowanie dobrych praktyk		• Artykuły na stronie internetowej i w mediach społecznościowych	Liczba opublikowanych informacji	28		0	2	2	2	bezkosztowo

4.	Aktywizacja ludzi młodych	Kampania promująca członkostwo w LGD	Osoby do 25 roku życia	• Artykuły na stronie internetowej i w mediach społecznościowych	Liczba opublikowanych informacji	1	0	0	0	1	bezkosztowo
		Spotkania dla organizacji działających na rzecz młodzieży		• Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe;	Liczba spotkań informacyjnych	1	0	0	0	1	bezkosztowo
		Konkurs na najlepszą inicjatywę zrealizowaną przez osoby młode		• Artykuły na stronie internetowej i w mediach społecznościowych; komunikacja bezpośrednia	Liczba opublikowanych informacji	1	0	0	0	0	bezkosztowo
5.	Informowanie społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji lub o możliwości korzystania z efektów tych działań	Kampania informacyjna	Osoby powyżej 60 r.ż. Osoby z grup w niekorzystnej sytuacji	• Artykuły na stronie internetowej i w mediach społecznościowych; • Broszura informacyjna; • Plakaty w siedzibach Urzędów Gmin, OPS-ach, Ośrodkach Zdrowia;	Liczba kampanii informacyjnych	1	0	0	0	1	120,00 €
		Spotkania z przedstawicielami NGO i grup nieformalnych z obszaru LGD działających na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji, w tym osób w wieku senioralnym		• Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe	Liczba spotkań informacyjnych	1	0	0	0	1	bezkosztowo
6.	Wzmocnienie efektów realizacji LSR	Badanie efektywności doradztwa	Osoby korzystające z doradztwa	• Ankieta papierowa; • Ankieta elektroniczna;	Liczba przeprowadzonych badań	6	0	0	0	1	bezkosztowo
		Informowanie o efektach realizacji LSR	Mieszkańcy Polski, w szczególności mieszkańcy obszaru LGD	• Artykuły na stronie internetowej i w mediach społecznościowych; • Artykuły i audycje w mediach lokalnych; • Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe;	Liczba opublikowanych informacji	7	0	0	0	1	bezkosztowo
		Zwiększenie rozpoznawalności LGD poprzez udział w imprezach lokalnych	Mieszkańcy obszaru LGD	• Komunikacja bezpośrednia	Liczba wydarzeń, których uczestnikiem jest LGD	7	0	0	0	1	bezkosztowo
		Zwiększenie rozpoznawalności LGD w tym udział w imprezach poza obszarem LGD	Mieszkańcy Polski	• Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe;	Liczba wydarzeń, których uczestnikiem jest LGD	1	0	0	0	0	bezkosztowo
			Inne polskie LGD i NGO spoza obszaru LGD	• Newsletter do LGD i innych NGO w Polsce	Liczba zestawów wiadomości email wysłanych do NGO spoza obszaru LSR	1	0	0	0	1	bezkosztowo