

PLAN KOMUNIKACJI NA ROK 2026

STOWARZYSZENIE LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA PARTNERSTWO DUCHA GÓR

termin realizacji	nazwa działania komunikacyjnego	zakładany wskaźnik	adresaci działania komunikacyjnego	środki/narzędzia komunikacji/przekazu	planowane efekty działań komunikacyjnych	uzasadnienie adekwatności działań komunikacyjnych i środków przekazu do celów i wskaźników realizacji tych działań	uzasadnienie adekwatności planowanych efektów działań komunikacyjnych do budżetu tych działań
	1.Kampania informacyjna i promocyjna dot. na temat LGD, nowej LSR na lata 2023-2027, włączenia w działania LGD 2024-2026	1 kampania promocyjno-informacyjna – komplet działań	Mieszkańcy, potencjalni wnioskodawcy z obszaru LGD, w tym z grup docelowych określonych w LSR: samorządów lokalnych, przedstawicieli organizacji pozarządowych, przedsiębiorców, lokalne społeczności, kooperatywy i sieci współpracy, w tym osób w niekorzystnej sytuacji: rolników niskotowarowych, młodzieży, seniorów, osób z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunów, kobiet, osób poszukujących pracy	- strony i portale internetowe LGD, samorządów partnerskich, członków, lokalnej prasy, partnerów - media społecznościowe LGD, samorządów partnerskich, członków, lokalnej prasy, sołectw, partnerów - plakat elektroniczny - plakaty drukowane rozwieszane we wsiach na tablicach ogłoszeń, w gminach (ograniczona ilość) - ulotki – skrócone informacje „do ręki” - spot radiowy - spot TV - program TV - uproszczony graficzny LSR dla wnioskodawców w wersji elektronicznej (wydruk w biurze LGD tylko na życzenie) - krótki film animowany dot. LGD i LSR - podcasty - gazetki gminne - mailing - ogłoszenia w parafiach z ambony - wysyłka pocztą tradycyjną plakatów i ulotek do: gmin, sołtysów, parafii, lokalnych liderów, NGO, organizacji sieciowych i branżowych, bibliotek - obecność na wydarzeniach w gminach z punktem informacyjno-konsultacyjnym - obecność na Radach Gmin/Miast obszaru LGD	Min. 1000 osób zostanie poinformowanych	Konieczne jest wykonanie kampanii informacyjnej w odniesieniu do planowanych operacji grantowych.	Założone narzędzia komunikacyjne dają najlepsze efekty przy jak najmniejszych kosztach.

2. Tematyczne spotkania lub wydarzenia lub szkolenia lub webinaria lub grupy robocze adresowane do konkretnych grup wnioskodawców, przedstawiające możliwości działania, uzyskania finansowania w ramach LSR, realizacji i rozliczeń projektów PS WPR 2023-2027	5 spotkań lub szkoleń lub webinariów lub grup roboczych adresowanych do konkretnych wnioskodawców w konkursach otwartych	grantobiorcy	- strony i portale internetowe LGD, samorządów partnerskich, - media społecznościowe - mailing - wysyłka do parafii - plakat elektroniczny	min. 50 osób nabędzie wiedzę we wskazanym zakresie	Będą skoncentrowane na konkretnych grupach odbiorców lub wnioskodawców, co pozwala dostosować przekazywane informacje i materiały do ich potrzeb. Liczba spotkań i zakres są wystarczające do wprowadzenia do konsultacji indywidualnych wnioskodawców	Założone narzędzia komunikacyjne dają najlepsze efekty przy jak najmniejszych kosztach.
3. Spotkania zespołów zadaniowo-realizacyjnych	2 spotkania	Liderzy środowisk i eksperci, osoby informujące dalej i przekazujące informacje, potencjalni wnioskodawcy	Zaproszenia mailowe, telefoniczne, czat, relacje na www i FB	2 spotkania zespołów	Spotkania zespołów zadaniowo-realizacyjnych będą miały na celu planowanie, koordynowanie i realizację konkretnych zadań lub projektów realizowanych przez LGD.	Założone narzędzia komunikacyjne dają najlepsze efekty przy jak najmniejszych kosztach.
4. Badanie opinii dotyczącej spotkań lub wydarzeń adresowanych do mieszkańców 2024-2027	1 badanie	Mieszkańcy, potencjalni wnioskodawcy z obszaru LGD, w tym z grup docelowych określonych w LSR: samorządów lokalnych, przedstawicieli organizacji pozarządowych,	ankieta on-line na www oraz wysłana drogą e-mail	200 osób	Badania opinii są niezbędne do monitorowania oraz zmiany sposobów działania	Założone narzędzia komunikacyjne dają najlepsze efekty przy jak najmniejszych kosztach.
5. Badania monitorujące skuteczność stosowanych	1 badanie					

	form komunikacji 2024-2027		przedsiębiorców, lokalne społeczności,				
	6. Publikowanie wyników ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej 2024-2027	1	kooperatywy i sieci współpracy, w tym osób w niekorzystnej sytuacji: rolników niskotowarowych, młodzieży, seniorów, osób z			Publikowanie wyników ewaluacji wewnętrznej daje lokalnej społeczności dostęp do informacji o wdrażanych projektach na obszarze LGD.	Założone narzędzia komunikacyjne dają najlepsze efekty przy jak najmniejszych kosztach.
	7. Publikowanie wyników konsultacji społecznych i wyników zgłaszanych pomysłów, uwag	1 publikacja	niepełnosprawności oraz ich opiekunów, kobiet, osób poszukujących pracy	Strona www LGD, FB LGD	100 osób skorzysta z informacji	Publikowanie wyników konsultacji i analizy zgłaszanych pomysłów daje lokalnej społeczności możliwość aktywnego uczestnictwa w procesie podejmowania decyzji na obszarze LGD Partnerstwo Ducha Gór.	Założone narzędzia komunikacyjne dają najlepsze efekty przy jak najmniejszych kosztach.
	8. Publikowanie materiałów dot. szkoleń, spotkań, wydarzeń 2024-2027	5 publikacji		Strona www LGD, FB LGD	50 osób skorzysta z informacji	Publikowanie materiałów i nagrań umożliwi uczestnikom oraz innym zainteresowanym osobom dostęp do informacji i treści, które zostały przedstawione podczas szkoleń, spotkań lub wydarzeń. Dzięki temu osoby, które nie mogły uczestniczyć w	Założone narzędzia komunikacyjne dają najlepsze efekty przy jak najmniejszych kosztach.

						wydarzeniach osobiście, mogą łatwo uzyskać dostęp do tych materiałów i zapoznać się z ich treścią w dogodnym dla siebie czasie i miejscu.	
--	--	--	--	--	--	--	--