

Stowarzyszenie "Lokalna Grupa Działania - U ŻRÓDEŁ"
 Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2024 r.

	Cel komunikacji	Działania	Grupy docelowe	Środki przekazu informacji	Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań	Skumulowany poziom realizacji wskaźnika z lat ubiegłych	Termin realizacji			
							I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
1.	Wzmocnienie wewnętrznego partnerstwa	Newsletter dla członków Stowarzyszenia	Członkowie LGD	Email	Liczba zestawów wiadomości email wysłanych do członków Stowarzyszenia		1	1	1	
2.	Wzmocnienie partnerstwa na obszarze LSR i animowanie społeczności do partnerstwa z innymi podmiotami	Informowanie o zapisach LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe; • ulotka; • artykuły na stronie internetowej i w prasie lokalnej 	Liczba podjętych działań informacyjnych			1	1	
		Doradztwo w biurze LGD		<ul style="list-style-type: none"> • Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe; 	Liczba spotkań doradczych			20	20	
		Rejestr NGO i podmiotów ekonomii społecznej		<ul style="list-style-type: none"> • Strona internetowa; 	Liczba utworzonych rejestrów	1				
		Konsultacje w zakresie: - propozycji zmian w LSR, - propozycji usprawnień w funkcjonowaniu LGD, - nowych inicjatyw		Artykuł na stronie internetowej LGD wraz z formularzem do przesyłania uwag	Liczba opublikowanych artykułów				1	
		Poszukiwanie nowych sposobów działania		Fiszki z pomysłami na działania	Liczba opracowanych fiszek			2	3	
		Ocena działalności LGD, coroczne warsztaty refleksyjne		Coroczne spotkania refleksyjne	Liczba warsztatów refleksyjnych					

3.	Animowanie społeczności do wdrażania innowacji	Szkolenia	Mieszkańcy obszaru LGD, w szczególności przedsiębiorcy i przedstawiciele NGO	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe; 	Liczba przeprowadzonych szkoleń						1
		Promowanie dobrych praktyk		<ul style="list-style-type: none"> • Artykuły na stronie internetowej 	Liczba spotkań						1
4.	Informowanie społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz grup osób istotnych z punktu widzenia LSR lub o możliwości korzystania z efektów tych działań	Kampania informacyjna	Osoby powyżej 60 r.ż. Osoby w wieku do 25 r. ż.	<ul style="list-style-type: none"> • Artykuły na stronie internetowej; 	Liczba kampanii informacyjnych						1
		Spotkania z przedstawicielami NGO i grup nieformalnych z obszaru LGD działających na rzecz osób istotnych z punktu widzenia LSR, w tym osób w wieku senioralnym	NGO Grupy nieformalne Osoby powyżej 60 r.ż. Osoby w wieku do 25 r. ż.	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe, 	Liczba spotkań						1
5.	Wzmocnienie efektów realizacji LSR	Badanie efektywności doradztwa	Osoby korzystające z doradztwa	<ul style="list-style-type: none"> • Ankieta papierowa; • Ankieta elektroniczna; 	Liczba przeprowadzonych badań						1
		Informowanie o efektach realizacji LSR	Mieszkańcy Polski, w szczególności mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> • Artykuły na stronie internetowej; • Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe; 	Liczba opublikowanych informacji						1
		Zwiększenie rozpoznawalności LGD poprzez udział w imprezach lokalnych	Mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikacja bezpośrednia 	Liczba wydarzeń			1	1		

Wartość budżetu przewidzianego na działania komunikacyjne w ramach realizacji LSR wynosi 5 000 zł