

Stowarzyszenie "Lokalna Grupa Działania - U ŻRÓDEŁ"
Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2025r.

LP	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	1
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; - artykuły na stronie internetowej i w prasie lokalnej	Liczba podjętych działań informacyjnych		1	1		
		Doradztwo w biurze LGD		Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe;	Liczba spotkań doradczych		10	10	10	10
		Rejestr NGO i podmiotów ekonomii społecznej		Strona internetowa;	Liczba utworzonych rejestrów		–			
		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					1

3.	Animowanie społeczności do wdrażania innowacji	Szkolenia	Mieszkańcy obszaru LGD, w szczególności przedsiębiorcy i przedstawiciele NGO	• Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe;	Liczba przeprowadzonych szkoleń		1	1		
		Promowanie dobrych praktyk		• Artykuły na stronie internetowej	Liczba spotkań		–	–	–	–
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.	• Artykuły na stronie internetowej;	Liczba kampanii informacyjnych		–	–	–	–
		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.	• Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe,	Liczba spotkań				1	
5.	Wzmocnienie efektów realizacji LSR	Badanie efektywności doradztwa	Osoby korzystające z doradztwa	• Ankieta papierowa; • Ankieta elektroniczna;	Liczba przeprowadzonych badań					1
		Informowanie o efektach realizacji LSR	Mieszkańcy Polski, w szczególności mieszkańcy obszaru LGD	• Artykuły na stronie internetowej; • Komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe;	Liczba opublikowanych informacji					1
		Zwiększenie rozpoznawalności LGD poprzez udział w imprezach lokalnych	Mieszkańcy obszaru LGD	• Komunikacja bezpośrednia	Liczba wydarzeń			1	1	

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