

Harmonogram Realizacji Planu Komunikacji 2022 r.

Działania	Adresaci	Środki przekazu	Termin kwartały 2022				Wskaźniki	Wartość docelowa 2022	Budżet	Uwagi do budżetu	Rezultaty działań
			I	II	III	IV					
CEL1 Skuteczne zarządzanie wsparciem rozwoju lokalnego											
Przekazywanie szczegółowych informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy.	Ogół mieszkańców: Potencjalni beneficjenci JST NGO, Przedsiębiorcy, Rolnicy, Bezrobotni, Młodzież tym Grupy defaworyzowane	Facebook	-	-	-	-	liczba artykułów internetowych informacyjnych (szt.)	0	0,00		Zwiększenie poziomu wiedzy ogólnej i szczegółowej dotyczącej PROW 2014-2020, w tym zapewnienie informacji dotyczących warunków i trybu przyznawania pomocy, dla potencjalnych beneficjentów w zakresie praktycznej wiedzy i umiejętności o sposobie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy.
		www.lgdzs.pl	-	x	-	x	liczba osób odwiedzających stronę	167520	1500,00	wynagrodzenie za aktualizację strony internetowej	
		strony internetowe www.	-	-	-	-	liczba stron internetowych na których zamieszczono informację (szt.)	0	0,00		
		Spotkania informacyjne	-	x	-	-	Liczba uczestników spotkań	13	0,00		
							liczba materiałów informacyjnych i promocyjnych (np. broszury, ulotki, prezentacje)	1	0,00		
Informowanie o rezultatach realizacji LSR	Mieszkańcy Potencjalni Beneficjenci Beneficjenci	Facebook	x	x	x	x	liczba informacji na facebook (szt.).	4	0,00		Informowanie zainteresowanych o wynikach naborów, Informowanie ogółu społeczeństwa o stanie realizacji LSR. Pobudzenie do aplikowania.
		www.lgdzs.pl	x	x	x	x	liczba informacji na stronach www	4	0,00		
		Opinie społeczeństwa	-	-	x	x	liczba opinii uczestników (listy, dyplomy, podziękowania (szt.))	2	0,00		
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat realizacji LSR	Beneficjenci Potencjalni Beneficjenci UMW	Ankieta monitorująca	-	-	x	-	liczba ankiet monitorujących beneficjentów (szt.).	1	1,00		Ocena stanu wdrażania, monitorowanie postępu realizacji projektów.
		Raport - stan wdrażania ZWL	x	-	x	-	liczba raportów – stan wdrażania ZWL	2	0,00		
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości usług świadczonych przez LGD	Organy stowarzyszenia Goście biura Uczestnicy szkoleń	Ocena efektywności doradztwa	-	-	-	-	Liczba ankiet oceniających doradztwo.	0	0,00		Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD.
		Ankieta monitorująca jakość obsługi przez pracowników biura	x	x	x	x	liczba ankiet oceniających jakość obsługi biura	10	10,00		
		Ankieta monitorująca jakość szkoleń/spotkań	x	x	x	x	Liczba ankiet oceniających szkolenia, spotkania, wydarzenia, warsztaty, działania animacyjne LGD.	14	0,00		
CEL2 Budowa pozytywnego wizerunku i marki LGD Zielone Światło - animacja											
Kampania Informacyjna na temat założeń LSR i Informowanie i promocja działalności LGD	Ogół mieszkańców: Potencjalni beneficjenci JST NGO, Przedsiębiorcy, Rolnicy, Bezrobotni, Młodzież tym Grupy defaworyzowane	Punkt informacyjny biuro LGD	x	x	x	x	liczba osób korzystających z usług biura (osobiście, telefon,e-mail)	50	0,00		Zainteresowanie działalnością LGD. Poinformowanie o przedsięwzięciach LSR. Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców. Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego otoczenia. Wzrost poczucia tożsamości z regionem.
		Facebook	x	x	x	x	liczba artykułów internetowych informacyjnych lub promocyjnych (szt.).	10	0,00		
		www.lgdzs.pl	x	x	x	x	liczba osób odwiedzających stronę	167520	1500,00		
		Strony internetowe: Gminy Cielonkowskie	-	-	x	-	liczba stron internetowych, na których umieszczono artykuły informacyjne lub promocyjne (szt.).	5	0,00		
		Lokalna prasa	-	-	-	-	liczba artykułów	0	0,00		
		Publikacje	-	-	-	-	liczba publikacji	0	0,00		
		Audycje/programy edukacyjne emitowane w telewizji, radio.	-	-	-	x	liczba audycji emitowanych w lokalnych mediach	1	0,00		
		Wydarzenia eventowe	-	x	x	-	liczba zrealizowanych konkursów, przedsięwzięć kulturalno-edukacyjne, sportowych	5	2487,27	Rodzinny Rajd Rowerowy, zajęcia rekreacyjno-sportowe,warsztaty	
			-	x	-	-	liczba wydarzeń, w których LGD wzięło udział	1	0,00	Targi ,konferencje poza obszarem LGD	
Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji Programu, LGD	Ogół społeczeństwa Potencjalni beneficjenci Beneficjenci Instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR	Materiały promocyjne.	-	x	x	-	liczba nośników znaków UE, PROW, LEADER (szt.)	2	1958,16	W ramach tego zadania zaplanowano wydanie szeregu materiałów promocyjnych będących nośnikami znaków LGD, LEADER, PROW, UE.	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD. Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności EFRROW i PROW 2014-2020 na tle innych programów oraz funduszy europejskich.