

PLAN KOMUNIKACJI

Podstawowym warunkiem planowania skutecznej komunikacji jest jej obustronność. Takie podejście pozwala na pozyskanie informacji zwrotnej i służy transparentności działań LGD, co jest niezwykle ważne w budowaniu zaufania do LGD. Mając na uwadze doświadczenie z wdrażania LSR w latach 2007-2013, oparte o udaną współpracę z lokalną społecznością, władzami oraz sektorem prywatnym LGD AKTYWNI RAZEM zamierza zbudować spójny i pozytywny wizerunek naszej LGD poprzez realizację Planu Komunikacji na lata 2014-2020.

Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb i problemów komunikacyjnych to przybliżanie idei przedsięwzięć określonych w LSR i aktywizowanie społeczności lokalnych do włączenia się w realizację LSR poprzez aktywne uczestnictwo w proponowanych przedsięwzięciach. Do zrealizowania celów głównych konieczne będzie zastosowanie odpowiednich metod i narzędzi komunikacji dobranych stosownie do określonych grup docelowych.

Cele szczegółowe komunikacji to: informowanie społeczności lokalnej o realizacji LSR, wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie doskonalenia umiejętności przygotowywania wniosków i pozyskiwania środków z UE, edukacja określonych grup docelowych włączonych w proces wdrażania LSR, angażowanie grup defaworyzowanych określonych w LSR do korzystania ze wsparcia, popularyzowanie i promocja efektów realizacji LSR poprzez budowanie przyjaznego wizerunku LGD jako instytucji wspierającej rozwój lokalny.

Grupy docelowe, do których kierowane będą poszczególne działania komunikacyjne to: społeczność lokalna i wchodzące w jej skład grupy społeczne w tym grupy defaworyzowane, faktyczni i potencjalni beneficjenci, w tym m.in. przedsiębiorcy, organizacje samorządowe, jednostki samorządu terytorialnego, partnerzy społeczni i gospodarczy. Ważną rolę w opracowanym przez nas planie komunikacji odegrać muszą także lokalne media.

Analiza efektywności działań komunikacyjnych oraz zastosowanych środków przekazu odbywać się będzie poprzez okresowe monitorowanie osiągnięcia wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz średniookresową ewaluację efektów realizacji. Przeprowadzone zostaną kampanie informacyjne poprzez druk materiałów szkoleniowych i promocyjno-informacyjnych. LGD przeprowadzi ewaluację dotyczącą oceny trafności dobranych działań komunikacyjnych i środków przekazu w stosunku do grup docelowych oraz założonych efektów Planu Komunikacji. Dodatkowo większość zaplanowanych narzędzi komunikacji przewiduje otrzymanie informacji zwrotnej lub aktywny udział mieszkańców terenu LGD AKTYWNI RAZEM. W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec braku działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Wśród nich LGD AKTYWNI RAZEM przewiduje przede wszystkim: organizację spotkań z mieszkańcami i beneficjentami, przeprowadzenie badań ankietowych, a w przypadku nie osiągnięcia pożądanego efektu, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD skonsultuje propozycje zmian ze społecznością lokalną.

Załącznik: Plan Komunikacji – cele, działania, grupy docelowe, środki i narzędzia komunikacji.

Działania komunikacyjne, odpowiadające im środki przekazu oraz zidentyfikowani adresaci poszczególnych działań komunikacyjnych:				
Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania	Grupy docelowe	Środki przekazu
I połowa 2016 roku	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców i środowisk lokalnych o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na rzecz LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2022	Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna, potencjalni beneficjenci, lokalne media (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych)	- artykuły i ogłoszenia w prasie; - informacja na stronie internetowej; - ogłoszenia na portalach społecznościowych; -organizacja spotkań na obszarze LGD.
I połowa 2016 roku – do końca realizacji LSR	Działania animacyjne oraz informacyjno-szkoleniowe dla mieszkańców z terenu LGD w tym grup defaworyzowanych określonych w LSR	Kampania społeczna na rzecz podniesienia aktywności mieszkańców	Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna, potencjalni beneficjenci, lokalne media (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych)	- spotkania aktywizujące; -prezentacje dobrych praktyk; - spotkania informacyjno-szkoleniowe; -ulotki i broszury informacyjne;
II połowa 2016 r. – do końca realizacji LSR	Wsparcie doradcze i szkoleniowe dla beneficjentów LSR przy realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobu weryfikacji, realizacji i rozliczania projektów	Potencjalni beneficjenci LSR	- doradztwo w zakresie przygotowania wniosków; -informacja nt. dostępnych konkursów; -doradztwo mailowe i telefoniczne;
I połowa 2016 roku– do końca realizacji LSR	Działania w obszarze podnoszenia kompetencji Organu Decyzyjnego i Kadry LGD	Podnoszenie jakości usług	Członkowie Rady LGD, Zarządu LGD oraz Kadra LGD	- szkolenia zewnętrzne i wewnętrzne
II połowa 2018 roku – do końca realizacji LSR	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	Działania w obszarze monitoringu i weryfikacji realizacji planu komunikacji	Kadra i członkowie LGD, beneficjenci, mieszkańcy terenu LGD oraz osoby korzystające z usług doradczych i szkoleń (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych)	-ankiety monitorujące wskaźniki i ewaluacja założeń i realizacji planu; - zbieranie opinii i korekta założeń planu;
I połowa 2018 roku– do końca realizacji LSR	Zapewnienie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych i kierunków rozwojowych realizowanych przy pomocy LSR	Prezentacja projektów zrealizowanych i w trakcie realizacji	Mieszkańcy terenu LGD, potencjalni wnioskodawcy oraz beneficjenci (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych)	- publikacja dobrych praktyk; - promocja skutecznych działań; - publikacja na stronach gmin i portalach społecznościowych

Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych oraz planowane efekty działań komunikacyjnych

Nazwa działania	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty
Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2022	Liczba spotkań: 2 szt.	50 osób wzięło udział w spotkaniach
	Liczba informacji w mediach/prasie: 5 szt.	1000 osób zapoznało się z założeniami LSR 2016-2022
	Liczba informacji na stronie internetowej: 10 szt.	10 tys. osób odwiedziło strony internetowe z informacją
	Liczba ogłoszeń na portalach społecznościowych: 10 szt.	5 tys. osób podniosło poziom wiedzy na temat LSR
Kampania społeczna na rzecz podniesienia aktywności mieszkańców	Liczba spotkań aktywizujących: 25 szt.	375 osób wzięło udział w spotkaniach aktywizujących
	Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów: 50 szt.	1 tys. osób zapoznało się z dobrymi praktykami
	Liczba przeprowadzonych szkoleń: 10 szt.	200 osób uczestniczyło w szkoleniach
	Liczba wydrukowanych ulotek i broszur: 16 000 szt.	16 tys. rozpowszechnionych ulotek i broszur
Informowanie na temat warunków i sposobu weryfikacji, realizacji i rozliczania projektów	Liczba osób korzystających z doradztwa w biurze LGD: 400	100 osób/podmiotów skorzystało ze wsparcia
	Liczba osób korzystających z doradztwa telefonicznego: 200	50 osób/podmiotów skorzystało ze wsparcia
	Liczba osób korzystających z doradztwa online: 100	25 osób/ podmiotów skorzystało ze wsparcia
	Liczba rozpowszechnionych informacji konkursowych: 15	Dotarcie do co najmniej 7 tys. osób z informacjami o konkursie
Podnoszenie jakości usług	Liczba szkoleń wewnętrznych i zewnętrznych dla Członków Rady, Zarządu LGD oraz kadry LGD: 45	28 osób wchodzących w skład Rady LGD, Zarządu LGD bądź kadry LGD podniosło swoją wiedzę i kwalifikacje
Działania w obszarze monitoringu i weryfikacji realizacji planu komunikacji	Liczba przeprowadzonych badań monitorujących: 6	Coroczna weryfikacja realizacji założeń LSR
	Liczba przeprowadzonych ewaluacji założeń i realizacji Planu Komunikacji: 2	Pozyskanie informacji o koniecznych zmianach w procesie świadczenia pomocy przez LGD
	Liczba zebranych opinii celem korekty założeń: 200	Zebranie łącznie 200 ankiet (online lub w formie tradycyjnej)

