

Dofinansowane przez
Unię Europejską

LP.	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
1	Popularyzacja założeń nowej LSR i poinformowanie społeczeństwa o działalności LGD	Kampania informacyjna	Mieszkańcy obszaru, w tym grupy wykluczone, tj. osoby w niekorzystnej sytuacji	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	Aktualizacja 1-ej strony internetowej LGD: projekty.barycz.pl	Koszty: Koszty: Kampanii w MS, poczęstunku na spotkaniach 5 000 zł	Liczba odsłon
				Kampania w mediach społecznościowych	Liczba postów dot. nowej LSR: 3		(narzędzie Google Analytics)
				Artykuły i przekierowania do stron LGD na portalach partnerów publicznych	Liczba artykułów: 3		Liczba odbiorców (narzędzie Meta Business Suite)
				Wysyłka e-mail informacji do bazy kontaktów	Liczba odbiorców informacji: 2 000		Ankieta internetowa badania satysfakcji i wskazanie przez respondenta źródła informacji nt. założeń LSR (narzędzie https://ec.europa.eu/eusurvey/)
				Spotkania informacyjno-konsultacyjne w każdej z gmin	Liczba spotkań: 5	50 € w WPR (koszty poczęstunku na spotkaniach)	Liczba uczestników spotkań (narzędzie: lista obecności)

Dofinansowane przez
Unię Europejską

LP.	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
2	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach dot. sporządzania wniosków do LGD w trybie konkursowym, w tym o celach, przedsięwzięciach i kryteriach oceny używanych przez Radę LGD	Działania doradcze i informacyjne Realizowane przed każdym naborem Liczba planowanych naborów w 2024: 2 (konkurs na rozwój i podejmowanie działalności oraz projekt partnerski)	Potencjalni wnioskodawcy w trybie konkursowym (JST, przedsiębiorcy, rolnicy, osoby fizyczne chcące podjąć działalność gospodarczą)	Dla każdego naboru w trybie konkursowym planuje się narzędzia: Spotkanie informacyjne	Liczba spotkań: 1 x 2 nabory	Koszty: poczęstunku na spotkaniach 1 000 zł	Liczba uczestników spotkań (narzędzie: lista obecności)
				Szkolenie z kryteriów wyboru i wypełniania dokumentacji aplikacyjnej Wysyłka e-mail informacji do bazy kontaktów (członkowie, partnerzy, interesanci, lokalni producenci, organizacje pozarządowe i in.)	Liczba szkoleń: 1 x 2 nabory		Liczba uczestników spotkań (narzędzie: lista obecności)
				Doradztwo indywidualne	Liczba kontaktów doradczych: 10		Liczba godzin udzielonego doradztwa (narzędzie: rejestr doradztwa)
				Artykuły na portalach partnerów publicznych	Liczba artykułów: 5		Ankieta internetowa badania satysfakcji i wskazanie przez respondenta źródła informacji nt. założeń LSR (narzędzie https://ec.europa.eu/eusurvey/)
				Posty w mediach społecznościowych	Liczba postów: 3		Liczba odbiorców (narzędzie Meta Business Suite)
				Umieszczenie materiałów szkoleniowych na stronie projekty.barycz.pl	Liczba artykułów: 2		Liczba odsłon (narzędzie Google Analytics)



Dofinansowane przez
Unię Europejską



LP.	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
3	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie	Liczba osób, do których skierowana będzie ankieta: 100 (przynajmniej do bazy kontaktów uzyskanych w ramach pkt. 2 i 3 niniejszego HPK) Efekt: Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych		Ankieta internetowa badania satysfakcji i wskazanie przez respondenta źródła informacji nt. założeń LSR (narzędzie https://ec.europa.eu/eusurvey/)