



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: 1 500		Ankieta internetowa badania satysfakcji i wskazanie przez respondenta źródła informacji nt. założeń LSR (narzędzie https://ec.europa.eu/eusurvey/)
2	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: 6 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/)