

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2020

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki/ narzędzia komunikacji	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych
I połowa 2020	Uzyskanie informacji o zrealizowanych konkursach w 2018 roku, konieczności wprowadzenia ewentualnych korekt, zmian, szkoleń i omówienie konkursów z 2018 roku	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dotyczących jakości pomocy potencjalnym wnioskodawcom i kampania informacyjna	Wnioskodawcy i potencjalni wnioskodawcy, a w szczególności przedsiębiorcy, rybacy, organizacje pozarządowe, grupy defaworyzowane, osoby potencjalnie zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym.	- strona internetowa na bieżąco, - kontakt z pracownikami za pośrednictwem telefonu lub internetu na bieżąco	- liczba miejscy prowadzenie strony internetowej – 12 m-cy - liczba udzielenego doradztwa - 50	- 800,00 zł - 16 600,00 zł	Uzyskanie informacji do wprowadzenia ewentualnych korekt, zmian, szkoleń. Przeprowadzona kampania informacyjna mająca na celu promowanie LSR i LGD oraz informowanie o bieżących działaniach LGD. Stały kontakt z wnioskodawcami i potencjalnymi wnioskodawcami. - analiza założeń LSR, jej przebieg realizacji, ocena procesu realizacji wyartykułowane problemy związane z wdrażaniem LSR
	Udział w imprezach informacyjno-promocyjnych		Działania animacyjne dla mieszkańców LGD i z ich udziałem.	- spotkania i konsultacje dla potencjalnych wnioskodawców (udział w spotkaniach informacyjno – promocyjnych,	- liczba spotkań i konsultacji dla potencjalnych wnioskodawców – 22		

