

Harmonogram realizacji planu komunikacji Partnerstwa Lokalna Grupa Działania Bory Tucholskie na rok 2019

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych/ Wskaźnik rezultatu (minimum)	
I połowa 2019r.	A. wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR poprzez profesjonalną informację i pomoc w przygotowywaniu, realizacji i rozliczaniu operacji B. budowanie pozytywnego wizerunku LGD wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie o efektach realizacji LSR i zwiększanie rozpoznawalności marki LGD C. aktywizowanie społeczności lokalnej i	1. Kampania informacyjna nt głównych założeń LSR na lata 2014-2020	1. Beneficjenci i potencjalni beneficjenci LSR 2. Grupy defaworyzowane 3. Środki masowego przekazu 4. Społeczność lokalna	- strona internetowa LGD	1 działająca strona internetowa w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR	0 zł	Liczba wejść na stronę - średnio 2000 wejść na stronę przez 6-miesięcy	
				- portal społecznościowy	1 aktywne działający profil społecznościowy w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR	0 zł	Zasięg postów - średnio 1000 wyświetleń przez 6 miesięcy	
				- ulotka	-	-	-	-
				- plakat	min. 4 rodzaje plakatu	0 zł	Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 500 osób	
				- informacja w urzędach/tablicach informacyjnych	Min. 4 szt informacji w urzędach/tablicach informacyjnych	0 zł	Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD- min. 500 osób	
				- artykuły/ogłoszenie w prasie	Min. 3 szt.	492 zł	Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 6750 osób (
				- postery informacyjne	-	-	-	

zwiększenie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR	2. Spotkania bezpośrednie	- spot/reklama w radio	Min. 1 spot/reklama	984 zł	Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 48 283 odbiorców
		- publikacja	min. 3000 sztuk publikacji	8.400 zł	Liczba odbiorców publikacji – min. 3000 osób (do końca okresu realizacji LSR)
		- materiały edukacyjne, gadżety	min. 2.000 sztuk materiałów edukacyjnych/g adżetów	600 zł	Liczba odbiorców materiałów edukacyjnych, gadżetów – min. 2000 osób (do końca okresu realizacji LSR)
		- spotkania konsultacyjno- informacyjne/szkol enia potencjalnych beneficjentów i beneficjentów	Min. 5 szt	4200 zł	Liczba uczestników spotkań/szkożeń – min. 80 osób
		- doradztwo indywidualne	Min. 60 porad	0zł	Liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa –min. 60%
	3. Imprezy promocyjne	- imprezy własne LGD	-	-	-

<p>LSR i zwiększanie rozpoznawalności marki LGD</p> <p>C. aktywizowanie społeczności lokalnej i zwiększanie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR</p>	<p>2. Spotkania bezpośrednie</p> <p>3. Imprezy promocyjne</p> <p>4. Badania satysfakcji</p>	<p>e w prasie</p> <ul style="list-style-type: none"> - postery informacyjne - spot/reklama w radio - publikacja - materiały edukacyjne, gadżety - spotkania konsultacyjno-informacyjne/szkolenia dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów - doradztwo indywidualne - imprezy własne LGD - imprezy/wydarzenia z udziałem LGD - wyjazdy studyjne dla liderów - ankiety 	<ul style="list-style-type: none"> - - min. 1000 sztuk publikacji min. 1.000 sztuk materiałów edukacyjnych/gadżetów Min. 2 szt Min. 60 porad - - - - 	<ul style="list-style-type: none"> - - 2300 zł 1200zł 0zł - - - - 	<ul style="list-style-type: none"> Liczba odbiorców publikacji – min. 1.000 osób do 2022r. Liczba odbiorców materiałów edukacyjnych, gadżetów – min. 14.000 osób do 2022 r. Liczba uczestników spotkań/szkoleń – min. 30 osób Liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa –min. 60% - - - -
---	---	---	--	--	--

PRZES
 PARTNERSTWA "LGD
 BORYCZUCHOWSKIE"
1990
 Magdalena Kurpinowicz