

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| TERMIN REALIZACJI | NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO | ZAKŁADANY WSKAŹNIK | BUDŻET | ADRESACI DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO | ŚRODKI/NARZĘDZIA KOMUNIKACJI/PRZEKAZU | PLANOWANE EFEKTY DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH | UZASADNIENIE ADEKWATNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH I ŚRODKÓW PRZEKAZU DO CELÓW I WSKAŹNIKÓW REALIZACJI TYCH DZIAŁAŃ | UZASADNIENIE ADEKWATNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH DO BUDŻETU TYCH DZIAŁAŃ |
|-----------------------|--|--|--|---|--|---|--|---|
| I KWARTAŁ 2017 | Cel 1. Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. | | | | | | | |
| | Kampania informacyjna | Strona www LGD -1 Ilość artykułów – min. 3 na kwartał | 750 zł serwer i domena 250 zł – asysta techniczna 3000 zł szkolenie oraz w ramach zakresu obowiązków pracowników | Opinia: mieszkańcy, wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne i podmioty publiczne; grupy opiniotwórcze/liderzy społeczności publiczna lokalnych | Informacje na stronie www.lgdodra.pl | Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Zwiększy się ilość osób/podmiotów mających podstawową wiedzę o LGD i LSR. | Strona internetowa jest w chwili obecnej głównym komunikatorem LGD z beneficjentami. Wszystkie dokumenty i główne informacje dotyczące działalności i naborów znajdują się na stronie www.lgdodra.pl | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 3000 zł to koszt szkoleń i doradztwa w zakresie obsługi i rozwoju strony www. Koszt 1000 zł rocznie (250 na kwartał) uwzględniony w kosztorysie dotyczy zakupów usług osób posiadających kwalifikacje do tego, aby wykonać korekty i serwis strony internetowej. Jest to koszt pracy programisty. Kwota ta jest zaplanowana jako rezerwa finansowa niezbędna do prawidłowego funkcjonowania strony. W I kwartale roku ponoszone są także koszty związane z opłatą domeny serwera, na którym utrzymywana jest strona. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|---|--|--|---|--|---|---|
| | | <p>Ilość stron www, na których będą ukazywać się informacje – 12 Ilość artykułów na stronach – min 2 w roku na każdej (min, 6 na kwartał)</p> | <p>W ramach zakresu obowiązków pracowników</p> | | <p>Artykuły na stronach www gmin</p> | | <p>Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczby mieszkańców, głównie skoncentrowanych na lokalnych stronach samorządowych</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie, co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |
| | | <p>Ilość gazet lokalnych – min.-3 Ilość – portali elektronicznych – min. 6 Ilość opublikowanych artykułów/ogłoszeń – min. 10 w kwartale</p> | <p>Max. 1000 zł</p> | | <p>Informacje prasowe i ogłoszenia w mediach lokalnych (zarówno drukowanych, jak i elektronicznych)</p> | | <p>Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczby mieszkańców, głównie czytających lokalne portale informacyjne. Mają one największą oglądalność. Są osoby na obszarach wiejskich, które nie korzystają z Internetu ale cyklicznie zaglądają do mediów drukowanych tj. gazet lokalnych.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 1000 zł dotyczy wykupienia powierzchni drukarskich i publikacji w Internecie. Informacje, które będą finansowane z tych środków głównie dotyczą ogłoszenia naborów (konkretnej treści) czyli informacji której media nie umieszczą bez otrzymania środków finansowych.</p> |
| | | <p>Ilość przeprowadzonych prezentacji – min. 1</p> | <p>W ramach zakresu obowiązków pracowników/koszty delegacji służbowych</p> | | <p>Prezentacje na sesjach rad gmin/powiatu</p> | | <p>W historii lgd zdarzało się, że radni samorządów lokalnych nie mieli pełnej informacji o LGD. Biorąc pod uwagę fakt że podejmują oni decyzje dotyczące realizacji LSR uznajemy za konieczne uczestnictwo w</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane</p> |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | |
|--|--|---|------------------------------------|--|--|--|---|
| | | | | | | posiedzeniach rad samorządów lokalnych z bieżącymi informacjami dot. realizacji LSR i funkcjonowania LGD. | z realizacją PK. |
| | | nie mniej niż 2 miesięcznie | | | Posty na profilach społecznościowych LGD | Jest to drugie co do efektywności medium społecznościowe LGD KŁO. Medium służące do przekazywania szybkich informacji dotyczących LSR w tym realizacji celów i osiąganiu wskaźników. Strona promuje również działalność LGD i markę lokalną. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość wysłanych informacji – minimum 3 w tym kwartale Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016. | W ramach zakresu obow. pracowników | | Lista dyskusyjna Partnerstwa [KŁO] | Lista dyskusyjna w partnerstwie zastępuje nam newsletter z tą różnicą że członkowie listy mogą odpowiadać na wysłane emaile. Jest to bardzo dobre sprawdzone narzędzie do komunikacji wewnętrznej partnerstwa KŁO. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie całej działalności LGD. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość wysłanych informacji – minimum 2 w tym kwartale Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016. | | | Lista dyskusyjna rękodzielników [rękodzielnicy] | Jw. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie branżowej działalności LGD w ramach przedsięwzięcia II LSR czyli marka lokalna KŁO. | Jw. |
| | | Ilość podmiotów otrzymujących newslettery – min. 20 Ilość przesłanych | | | Informacje (newslettery) przekazywane do podmiotów zajmujących się doradztwem, np. urzędy gmin, punkty | Są to bezwrotne wiadomości przekazywane innym podmiotom realizującym | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|-------------------------------|---|------------------------------------|--|--|--|---|---|
| | | newsletterów - min.1. | | | informacyjne/doradcze dla ngo, organizacje pracodawców, PUP-y, OPS-y | | informowanie i doradztwo w zakresie możliwego wsparcia w ramach realizacji LSR. Chodzi o dotarcie do osób planujących podjąć działalność gospodarczą. Działalność ta może być alternatywom dla beneficjentów OPS-ów i PUP-ów. Chodzi o zwiększenie zasięgu informacji w celu niedopuszczenia do hermetyzacji środków komunikacji. | pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| Cel 2. Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy dla potencjalnych i faktycznych wnioskodawców, w tym grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów. | | | | | | | | |
| | Kampania informacyjna | 1 dedykowana naborom zakładka/podstrona na stronie www LGD | W ramach zakresu obow. pracowników | wszyscy potencjalni i faktyczni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne, podmioty publiczne | Strona www LGD | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysoki udział wniosków przygotowanych prawidłowo pod względem formalnym i merytorycznym. Wysokie zainteresowanie naborami w ramach LSR. | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Działanie wielokanałowe ma na celu zwiększenie ilości osób otrzymujących informację o naborach. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Wsparcie doradczo-szkoleniowe | Min. 4 kanały/sposoby upowszechniania informacji (w tym strona www LGD, strony gmin, media lokalne, media społecznościowe, lista dyskusyjna, ogłoszenia drukowane/plakaty itd.) | | | Artykuły i informacje o ogłaszanych naborach | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Działanie wielokanałowe ma na celu zwiększenie ilości osób otrzymujących informację o naborach. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|--|--|
| | | <p>Funkcjonowanie doradztwa min. 4 dni w tygodniu Ilość uczestników doradztwa – min. 14 Ilość godzin doradztwa – min. 56</p> | | | <p>Doradztwo i animacja biura LGD (w siedzibie, telefoniczne, mailowe, wyjazdowe)</p> | | <p>Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo jest świadczone w ramach pracy pracowników w biurze LGD.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |
| | | <p>Min. 4 godziny doradztwa w ramach punktu miesięcznie w każdej gminie 1 upubliczniony grafik dyżurów</p> | <p>W ramach zakresu obow. pracowników Koszty delegacji ok. 1500 zł kwartalnie</p> | | <p>Punkty informacyjno-doradcze w siedzibach gmin</p> | | <p>Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo terenowe jest niezbędne do zbliżenia się do osób, które mają problemy z dojazdem do biura LGD. Jest to formuła doradztwa zwiększającego dostępność do informacji i środków w ramach realizowanej strategii LSR.</p> | <p>Koszt 1500 zł dotyczy dojazdu pracowników biura do gmin, w których jest pełnione doradztwo. Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |
| | | <p>Minimum 5 spotkań</p> | <p>W ramach zakresu obow. pracowników/ewentualne koszty delegacji</p> | | <p>Spotkania informacyjno-szkoleniowe</p> | | <p>Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Spotkania służą wyjaśnieniu i informowaniu grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów dla zwiększenia ilości wniosków wpływających do LGD w ramach naborów.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | |
|--|--|---------|--|--|---|---|---|
| | 1 opracowany FAQ; minimum 1 aktualizacja FAQ | | | Opracowanie i aktualizacja tzw. FAQ dostępnego na stronie www LGD | | Jest to działanie przewidziane ze względu na ułatwienie zrozumienia funkcjonowania LGD i procedur naborów do realizacji LSR. Narzędzie jest niezbędne do ułatwienia realizacji projektów w ramach PROW. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| Cel 3. Uzyskanie informacji zwrotnej nt. działalności i rozpoznawalności LGD, w tym oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD. | | | | | | | |
| Spotkania tematyczne | Realizowane w ramach ostatniego narzędzia celu 4 planu komunikacji | - | jw. oraz społeczność lokalna, w tym liderzy społeczności lokalnych | Spotkania prowadzone metodami partycypacyjnymi (np. open space, kawiarenki obywatelskie, spacer badawcze itp.) | Wysoka jakość usług LGD. Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR. | W tym zadaniu głównie chodzi o zwiększenie efektywności działań przedsiębiorców w realizacji LSR w zakresie przedsięwzięcia I. „Turystyka na Szlaku Odry” oraz II. Marka Krainy Łęgów Odrzańskich | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| Cel 4. Wzmocnienie procesu zaangażowania społeczności LGD w realizację LSR poprzez między innymi usprawnienie konsultacji ewentualnych aktualizacji/zmian zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR. | | | | | | | |
| Aktywacja i animacja społeczności lokalnej | min. 1 spotkanie | 2000 zł | mieszkańcy, organizacje pozarządowe podmioty publiczne przedsiębiorcy, rękodzielnicy liderzy społeczności lokalnych (np. radni, sołtysi, liderzy ngo) wnioskodawcy; przedstawicieli grup defaworyzowanych, w tym podmiotów zajmujących się ich wsparciem | Utworzenie i prowadzenie Odrzańskiego Klubu Biznesu | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysokie zainteresowanie naborami w ramach LSR. Udział przedstawicieli grup defaworyzowanych w realizacji LSR (zarówno jako wnioskodawcy, jak i | W tym zadaniu głównie chodzi o zwiększenie efektywności działań przedsiębiorców w realizacji LSR w zakresie przedsięwzięcia I. „Turystyka na Szlaku Odry” oraz II. Marka Krainy Łęgów Odrzańskich. W tym zorganizowanie współpracy pomiędzy podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą na obszarze wiejskim | Koszt 2000 zł jest to koszt wynikający z organizacji spotkania, czyli catering i usługi dodatkowe. Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|---|---|---|
| | | | | | | odbiorcy) Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR. | objętych LSR oraz rozwój rynków zbytu produktów i usług lokalnych. | |
| | | minimum 1 spotkanie | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Forum rzemieślników – forum związane z marką lokalną | | W tym zadaniu głównie chodzi o zwiększenie efektywności działań przedsiębiorców w realizacji LSR w zakresie przedsięwzięcia II. Marka Krainy Łęgów Odrzańskich. W tym zorganizowanie współpracy pomiędzy podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą na obszarze wiejskim objętym LSR oraz rozwój rynków zbytu produktów i usług lokalnych. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość artykułów/ilość stron/profilu na których ukazały się informacje (patrz cel 1) | | | Strony www i media społecznościowe LGD i partnerów | | Dzisiejsze funkcjonowanie informacji wymaga obecności w mediach społecznościowych. Wskaźnik ten ma nam zapewnić rozpoznawalność i zwiększyć zasięg oddziaływania. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Przez cały rok (finał w IV kwartale) | W ramach obowiązków pracowników (koszty w ostatnim kwartale związane z zakupem nagrody i organizacją gali podsumowującej) | | Konkurs na najlepszą inicjatywę | | Konkurs służy pobudzeniu kreatywności w realizacji celów LSR. Nagradzanie najlepszych pomysłów ma stymulować do efektywniejszego działania i tworzenia i realizacji projektów wyższej jakości. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|-------------------|---------|--|---|--|---|---|
| | | | | | | | | z realizacją PK. |
| | | Min. 1 wydarzenie | 1000 zł | | Zastosowanie różnych metod konsultacji/partycypacji (np. open space, kawiarenki obywatelskie, spacerzy badawcze itp.) | | Uzyskanie zwrotnej odpowiedzi od mieszkańców i uzyskanie ich większego zaangażowania wymaga bardziej aktywnych metod komunikacji = zadanie związane z narzędziem „spotkania tematyczne” celu 3. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 1000 zł zaplanowano na moderatora i ewentualny poczęstunek. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|------------------------|--|--|---|---|--|---|---|--|
| II KWARTAŁ 2017 | Cel 1. Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. | | | | | | | |
| | Kampania informacyjna | Strona www LGD -1 Ilość artykułów – min. 3 | 250 zł oraz w ramach zakresu obowiązków pracowników | Opinia publiczna: mieszkańcy, wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne i podmioty publiczne; grupy opiniotwórcze/liderzy społeczności lokalnych | Informacje na stronie www.lgdodra.pl | Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Zwiększy się ilość osób/podmiotów mających podstawową wiedzę o LGD I LSR. | Strona internetowa jest w chwili obecnej głównym komunikatorem LGD z beneficjentami. Wszystkie dokumenty i główne informacje dotyczące działalności i naborów znajdują się na stronie www.lgdodra.pl | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 250 zł zaplanowana jako rezerwa finansowa niezbędna do prawidłowego funkcjonowania strony (asysta techniczna). |
| | | Ilość stron www, na których będą ukazywać się informacje – 12 Ilość artykułów na stronach – min 2 w roku na każdej (min. 6 w tym kwartale) | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Artykuły na stronach www gmin | | Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczny mieszkańców, głównie skoncentrowanych na lokalnych stronach samorządowych. Są osoby które nie zaglądają na strony lgd ale bardzo chętnie przeglądają strony internetowe samorządów lokalnych. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość gazet lokalnych – min. 2 Ilość – portali elektronicznych – min. 2 Ilość opublikowanych artykułów/ogłoszeń – min. 3 w tym kwartale | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Informacje prasowe i ogłoszenia w mediach lokalnych (zarówno drukowanych, jak i elektronicznych) | | Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczny mieszkańców, głównie czytających lokalne portale informacyjne. Mają one największą oglądalność. Są osoby na obszarach wiejskich, które nie korzystają z Internetu ale cyklicznie zaglądają do | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|--|---|---|
| | | | | | | | mediów drukowanych tj. gazet lokalnych. | |
| | | | | | | | W historii lgd zdarzało się, że radni samorządów lokalnych nie mieli pełnej informacji o LGD. Biorąc pod uwagę fakt że podejmują oni decyzje dotyczące realizacji LSR uznajemy za konieczne uczestnictwo w posiedzeniach rad samorządów lokalnych z bieżącymi informacjami dotyczącymi realizacji LSR i funkcjonowania LGD. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | | | | | | Jest to drugie co do efektywności medium społecznościowe LGD KŁO. Medium służące do przekazywania szybkich informacji dotyczących LSR w tym realizacji celów i osiągnięciu wskaźników. Strona promuje również działalność LGD i markę lokalną. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | | | | | | Lista dyskusyjna w partnerstwie zastępuje nam newsletter z tą różnicą że członkowie listy mogą odpowiadać na wysłane emaile. Jest to bardzo dobre sprawdzone narzędzie do komunikacji wewnętrznej partnerstwa KŁO. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie całej działalności LGD. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | | | | | | Jw. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie | Jw. |
| | | Ilość przeprowadzonych prezentacji – min. 2 | | | | Prezentacje na sesjach rad gmin/powiatu | | |
| | | nie mniej niż 2 miesięcznie | W ramach zakresu obowiązków pracowników/koszty delegacji służbowych | | | Posty na profilach społecznościowych LGD | | |
| | | Ilość wysłanych informacji – minimum 3 w tym kwartale Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016. | | | | Lista dyskusyjna Partnerstwa [KŁO] | | |
| | | Ilość wysłanych informacji – minimum 2 | W ramach zakresu obow. pracowników | | | Lista dyskusyjna rękodzielników | | |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---------------------------------------|--|--|--|--|---|
| | | w tym kwartale Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016. | | | [rękodzielniczy] | | branżowej działalności LGD w ramach przedsięwzięcia II LSR czyli marka lokalna KŁO. | |
| | | Ilość podmiotów otrzymujących newslettery – min. 20 Ilość przesłanych newsletterów - min.1. | | | Informacje (newslettery) przekazywane do podmiotów zajmujących się doradztwem, np. urzędy gmin, punkty informacyjne/doradcze dla ngo, organizacje pracodawców, PUP-y, OPS- y | | Są to bezwrotne wiadomości przekazywane innym podmiotom realizującym informowanie i doradztwo w zakresie możliwego wsparcia w ramach realizacji LSR. Chodzi o dotarcie do osób planujących podjąć działalność gospodarczą. Działalność ta może być alternatywą dla beneficjentów OPS-ów i PUP-ów. Chodzi o zwiększenie zasięgu informacji w celu niedopuszczenia do hermetyzacji środków komunikacji. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Cel 2. Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy dla potencjalnych i faktycznych wnioskodawców, w tym grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów. | | | | | | | |
| Kampania informacyjna Wsparcie doradczo- szkoleniowe | 1 dedykowana naborom zakładka/podstrona na stronie www LGD | Min. 4 kanały/sposoby upowszechniania informacji (w tym strona www LGD, strony gmin, | W ramach zakresu obow. pracowników | wszyscy potencjalni i faktyczni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne, podmioty publiczne | Strona www LGD | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysoki udział wniosków przygotowanych prawidłowo pod względem formalnym i merytorycznym. Wysokie zainteresowanie naborami w ramach LSR. | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | | | | Artykuły i informacje o ogłaszanych naborach | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Działanie wielokanałowe ma na celu | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|---|--|
| | media lokalne, media społecznościowe, lista dyskusyjna, ogłoszenia drukowane/plakaty itd.) | | | | | zwiększenie ilości osób otrzymujących informację o naborach. | pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Funkcjonowanie doradztwa min. 4 dni w tygodniu Ilość uczestników doradztwa – min. 14 Ilość godzin doradztwa – min. 56 | W ramach zakresu obow. pracowników | | Doradztwo i animacja biura LGD (w siedzibie, telefoniczne, mailowe, wyjazdowe) | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo jest świadczone w ramach pracy pracowników w biurze LGD. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Min. 4 godziny doradztwa w ramach punktu miesięcznie w każdej gminie w 1 upubliczniony grafik dyżurów | W ramach zakresu obow. Pracowników, koszty delegacji pracowników ok. 1500 kwartalnie | | Punkty informacyjno-doradcze w siedzibach gmin | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo terenowe jest niezbędne do zbliżenia się do osób, które mają problemy z dojazdem do biura LGD. Jest to formuła doradztwa zwiększającego dostępność do informacji i środków w ramach realizowanej strategii LSR. | Koszt 1500 zł dotyczy dojazdu pracowników biura do gmin w których jest pełnione doradztwo. Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Minimum 3 spotkania | W ramach zakresu obow. pracowników | | Spotkania informacyjno-szkoleniowe | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Spotkania służą wyjaśnieniu i informowaniu grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów dla | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|--|---|
| | | | | | | zwiększenia ilości wniosków wpływających do LGD w ramach naborów. | z realizacją PK. |
| Cel 4. Wzmocnienie procesu zaangażowania społeczności LGD w realizację LSR poprzez między innymi usprawnienie konsultacji ewentualnych aktualizacji/zmian zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR. | | | | | | | |
| Aktywacja i animacja społeczności lokalnej | Min1 forum Organizacja min 1 spotkania w roku każdego forum | W ramach zakresu obowiązków pracowników | mieszkańcy, organizacje pozarządowe podmioty publiczne przedsiębiorcy, rękodzielnicy liderzy społeczności lokalnych (np. radni, sołtysi, liderzy ngo) wnioskodawcy; przedstawicieli grup defaworyzowanych, w tym podmiotów zajmujących się ich wsparciem | Fora tematyczne, w tym z uwzględnieniem przedstawicieli grup defaworyzowanych lub przedstawicieli podmiotów zajmujących się ich wsparciem | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysokie zainteresowanie naborami w ramach LSR. Udział przedstawicieli grup defaworyzowanych w realizacji LSR (zarówno jako wnioskodawcy, jak i odbiorcy) Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR. | Organizacja forum wynika z konieczności zaangażowania grup defaworyzowanych w obrębie LSR. Działanie to zostało ocenione w LSR przez UMWD i należy kontynuować zadanie. 1 spotkanie jest wystarczające do spełnienia wskaźników. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Ilość artykułów/ilość stron/profilu na których ukazały się informacje | | | Strony www i media społecznościowe LGD i partnerów | | Dzisiejsze funkcjonowanie informacji w odniesieniu do rzeczywistości wymaga obecności w mediach społecznościowych. Wskaźnik ten ma nam zapewnić rozpoznawalność i dzięki temu zwiększyć zasięg oddziaływania. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Realizowane przez cały rok (finał w IV kwartale) | W ramach zakresu obowiązków (koszty związane z zakupem nagród i organizacją gali podsumowującą w ostatnim w kwartale) | | Konkurs na najlepszą inicjatywę | | Konkurs służy pobudzeniu kreatywności w realizacji celów LSR. Nagradzanie najlepszych pomysłów ma stymulować do efektywniejszego działania i tworzenia i realizacji projektów wyższej jakości. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Min. 2 imprezy gminne w tym kwartale | W ramach zakresu obowiązków pracowników, | | Udział stanowiska informacyjno-animacyjnego LGD KŁO w imprezach i | | Duże wydarzenia gminne skupiają społeczność lokalną z danej gminy i | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Łęgow Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|---|---------------------------|---|--|---|---|---|---|
| | | | koszty delegacji pracowników, koszty ok. 2000 zł | | wydarzeniach lokalnych na terenach gmin | | gmin sąsiednich. Często są tam ludzie którzy nie korzystają z mediów społecznościowych i nie czytają naszego biuletynu i gazet. Jest to możliwość skontaktowania się z tymi osobami. Poza tym jest to możliwość wzmocnienia wizerunku, marki KŁO i LGD. | kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 2000 zł wynika z transportu materiałów i ewentualnego wynajmu produktów i usług, których samodzielnie nie jesteśmy w stanie zapewnić, w tym dot. wizualizacji stoiska. |
| | | Udział w min. 1 spotkaniu | - | | Udział w spotkaniach/ konferencjach/ forach organizowanych na poziomie gmin | | Głównie chodzi o prezentacje LGD i tam gdzie to możliwe PROW i LSR. Zwiększenie dotarcia do mieszkańców. Wizerunek LGD i marki KŁO. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Cel 5. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji wspierającej rozwój lokalny ze szczególnym uwzględnieniem upowszechnienia efektów wdrażania LSR, w tym promocji dobrych praktyk. | | | | | | | |
| | Kampania informacyjno-promocyjna | 3000 egz. | 5000 zł | mieszkańcy obszaru; członkowie i partnerzy LGD; liderzy społeczności lokalnych (np. radni, sołtysi, liderzy ngo); wnioskodawcy; odbiorcy projektów | Biuletyn Odrzański | Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR/podejściu Leader. | Jest to wydawnictwo które było realizowane od kilku lat w LGD. Jest tradycyjne i cykliczne. Sołtysi, radni samorządowi radni lgd, liderzy i mieszkańcy oczekują realizacji takiego zadania. Biuletyn informuje o zadaniach realizowanych w ramach LSR o efektach ale również informuje o tym co będzie. Głównie o nadchodzących naborach wniosków w ramach LSR. | Opracowanie materiału do biuletynu jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Kwota 5 tys. zł to koszt projektu graficznego, składu i druku. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------|--|--|--|--|---|---|
| | | | | | | | Jest to również prezentacja partnerów, przedsiębiorców związanych z misją LGD i LSR. | |
| | 3 informacje | Max 500 zł | | Wywiady, materiały prasowe w mediach lokalnych dot. efektów LSR | | | Wywiady i materiały prasowe służą prezentacji najlepszych działań związanych z realizacją zadań w ramach LSR. wzmocnieniu wizerunku marki KŁO i poszerzeniu ilości konsumentów naszych klientów (realizujących wnioski w ramach LSR). Ponadto służy zwiększaniu poczucia tożsamości mieszkańców KŁO.. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. 500 zł jest potrzebne na wykupienie usługi w poczytnych mediach i portalach i w prasie lokalnej |
| | 1 wizyta studyjna | Max 24900zł | | Wizyty studyjne o tematyce określonej przez beneficjentów w ramach badań i komunikacji | | | Głównym celem wizyty jest skorzystanie z doświadczenia innych organizacji, instytucji i przedsiębiorstw w zakresie zbieżnym z celami LSR. Poprzez organizację wizyty studyjnej chcemy zapewnić zwiększenie jakości działań realizowanych z środków PROW na strategię LSR. | Koszty związane są z transportem uczestników, noclegiem i wyżywieniem w ciągu min. 3 dni. Obejmują także wstępy, pracę szkoleniowców, koordynację, prezentacje i udostępnienie obiektów. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|------------------|--|--|--|---|--|---|--|--|
| III KWARTAŁ 2017 | Cel 1. Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. | | | | | | | |
| | Kampania informacyjna | Strona www LGD -1 Ilość artykułów – min. 3 w tym kwartale | 250zł oraz w ramach zakresu obowiązków pracowników | Opinia publiczna: mieszkańcy, wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne i podmioty publiczne; grupy opiniotwórcze/liderzy społeczności lokalnych | Informacje na stronie www.lgdodra.pl | Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Zwiększy się ilość osób/podmiotów mających podstawową wiedzę o LGD I LSR. | Strona internetowa jest w chwili obecnej głównym komunikatorem LGD z beneficjentami. Wszystkie dokumenty i główne informacje dotyczące działalności i naborów znajdują się na stronie www.lgdodra.pl | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 250 zł jako rezerwa finansowa niezbędna do prawidłowego funkcjonowania strony. |
| | | Ilość stron www, na których będą ukazywać się informacje – 12 Ilość artykułów na stronach – min 2 w roku na każdej (min. 6 w tym kwartale) | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Artykuły na stronach www gmin | | Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczny mieszkańców, głównie skoncentrowanych na lokalnych stronach samorządowych. Są osoby które nie zaglądają na strony lgd ale bardzo chętnie przeglądają strony internetowe samorządów lokalnych. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość gazet lokalnych – min. 1 Ilość – portali elektronicznych – min. 2 Ilość opublikowanych artykułów/ogłoszeń – min. 3 w tym kwartale | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Informacje prasowe i ogłoszenia w mediach lokalnych (zarówno drukowanych, jak i elektronicznych) | | Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczny mieszkańców, głównie czytających lokalne portale informacyjne. Mają one największą oglądalność. Są osoby na obszarach wiejskich, które nie korzystają z Internetu ale cyklicznie zaglądają do mediów drukowanych tj. gazet lokalnych. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|---|--|----------------|--|---|--|---|
| | | nie mniej niż 2 miesięcznie | | | Posty na profilach społecznościowych LGD | | Jest to drugie co do efektywności medium społecznościowe LGD KŁO. Medium służące do przekazywania szybkich informacji dotyczących LSR w tym realizacji celów i osiągnięciu wskaźników. Strona promuje również działalność LGD i markę lokalną. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość wysłanych informacji – minimum 1 w tym kwartale Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016. | W ramach zakresu obow. pracowników | | Lista dyskusyjna Partnerstwa [KŁO] | | Lista dyskusyjna w partnerstwie zastępuje nam newsletter z tą różnicą że członkowie listy mogą odpowiadać na wysłane emaile. Jest to bardzo dobre sprawdzone narzędzie do komunikacji wewnętrznej partnerstwa KŁO. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie całej działalności LGD. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość wysłanych informacji – minimum 2 w tym kwartale Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016. | | | Lista dyskusyjna rękodzielników [rękodzielnicy] | | Jw. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie branżowej działalności LGD w ramach przedsięwzięcia II LSR czyli marka lokalna KŁO. | Jw. |
| | Cel 2. Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy dla potencjalnych i faktycznych wnioskodawców, w tym grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów. | | | | | | | |
| Kampania informacyjna Wsparcie doradczo-szkoleniowe | 1 dedykowana naborom zakładka/podstrona na stronie www LGD | W ramach zakresu obow. pracowników | wszyscy potencjalni i faktyczni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne, podmioty publiczne | Strona www LGD | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysoki udział wniosków przygotowanych | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości | |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|--|---|---|---|--|--|---|
| | | | | | <p>prawidłowo pod względem formalnym i merytorycznym. Wysokie zainteresowanie naborami w ramach LSR.</p> | <p>zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> | | |
| | | <p>Min. 4 kanały/sposoby upowszechniania informacji (w tym strona www LGD, strony gmin, media lokalne, media społecznościowe, lista dyskusyjna, ogłoszenia drukowane/plakaty itd.)</p> | <p>W ramach zakresu obow. pracowników</p> | <p>Artykuły i informacje o ogłaszanych naborach</p> | | | <p>Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Działanie wielokanałowe ma na celu zwiększenie ilości osób otrzymujących informację o naborach.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |
| | | <p>Funkcjonowanie doradztwa min. 4 dni w tygodniu Ilość uczestników doradztwa min. 11 Ilość godzin doradztwa – min. 44</p> | <p>W ramach zakresu obow. pracowników</p> | <p>Doradztwo i animacja biura LGD (w siedzibie, telefoniczne, mailowe, wyjazdowe)</p> | | | <p>Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo jest świadczone w ramach pracy pracowników w biurze LGD.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |
| | | <p>Min.4 godziny doradztwa w ramach punktu miesięcznie w każdej gminie 1 upubliczniony grafik dyżurów</p> | <p>W ramach zakresu obow. Pracowników, koszty delegacji pracowników ok. 1500 zł</p> | <p>Punkty informacyjno-doradcze w siedzibach gmin</p> | | | <p>Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo terenowe jest niezbędne do zbliżenia się do osób, które mają problemy z dojazdem do biura LGD. Jest to formuła doradztwa zwiększającego dostępność do informacji i środków w ramach realizowanej strategii LSR.</p> | <p>Koszt 1500 zł dotyczy dojazdu pracowników biura do gmin w których jest pełnione doradztwo. Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |
| | | <p>Minimum 1 spotkanie</p> | <p>W ramach zakresu obow. pracowników</p> | <p>Spotkania informacyjno-szkoleniowe</p> | | | <p>Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu</p> |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | |
|--|---|---------|---|--|---|--|---|
| | | | | | | Spotkania służą wyjaśnieniu i informowaniu grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów dla zwiększenia ilości wniosków wpływających do LGD w ramach naborów. | kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | 1 opracowany FAQ; minimum 1 aktualizacja FAQ w tym kwartale | | | Opracowanie i aktualizacja tzw. FAQ dostępnego na stronie www LGD | | Jest to działanie przewidziane ze względu na ułatwienie zrozumienia funkcjonowania LGD i procedur naborów do realizacji LSR. Narzędzie jest niezbędne do ułatwienia realizacji projektów w ramach PROW. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| Cel 3. Uzyskanie informacji zwrotnej nt. działalności i rozpoznawalności LGD, w tym oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD. | | | | | | | |
| Spotkania tematyczne | Min. 1 spotkanie | 1000 zł | jw. oraz społeczność lokalna, w tym liderzy społeczności lokalnych | Spotkania prowadzone metodami partycypacyjnymi (np. open space, kawiarenki obywatelskie, spacerzy badawcze itp.) | Wysoka jakość usług LGD. Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR. | W tym zadaniu głównie chodzi o zwiększenie efektywności działań przedsiębiorców w realizacji LSR w zakresie przedsięwzięcia I. „Turystyka na Szlaku Odry” oraz II. Marka Krainy Łęgów Odrzańskich | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| Cel 4. Wzmocnienie procesu zaangażowania społeczności LGD w realizację LSR poprzez między innymi usprawnienie konsultacji ewentualnych aktualizacji/zmian zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR. | | | | | | | |
| Aktywacja i animacja społeczności lokalnej | minimum 1 spotkanie | | mieszkańcy, organizacje pozarządowe podmioty publiczne przedsiębiorcy, rękodzielnicy liderzy społeczności | Forum rzemieślników – forum związane z marką lokalną | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysokie | W tym zadaniu głównie chodzi o zwiększenie efektywności działań przedsiębiorców w realizacji LSR w zakresie przedsięwzięcia II. Marka | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|---|---|---|
| | | | | lokalnych (np. radni, sołtysi, liderzy ngo) wnioskodawcy; przedstawicieli grup defaworyzowanych, w tym podmiotów zajmujących się ich wsparciem | | zainteresowanie naborami w ramach LSR. Udział przedstawicieli grup defaworyzowanych w realizacji LSR (zarówno jako wnioskodawcy, jak i odbiorcy) Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR. | Krainy Łęgów Odrzańskich. W tym zorganizowanie współpracy pomiędzy podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą na obszarze wiejskim objętym LSR oraz rozwój rynków zbytu produktów i usług lokalnych. | kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość artykułów/ilość stron/profilu na których ukazały się informacje | | | Strony www i media społecznościowe LGD i partnerów | | Dzisiejsze funkcjonowanie informacji w odniesieniu do rzeczywistości wymaga obecności w mediach społecznościowych. Wskaźnik ten ma nam zapewnić rozpoznawalność i dzięki temu zwiększyć zasięg oddziaływania. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Realizowane cały rok (w IV kwartale finał) | W ramach zakresu obowiązków pracowników (koszty związane z zakupem nagród o organizacją gali w ostatnim kwartale) | | Konkurs na najlepszą inicjatywę | | Konkurs służy pobudzeniu kreatywności w realizacji celów LSR. Nagradzanie najlepszych pomysłów ma stymulować do efektywniejszego | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Minimum raz w roku w każdej gminie (min 6 w tym kwartale) | 2600zł | | Udział stanowiska informacyjno-animacyjnego LGD KŁO w imprezach i wydarzeniach lokalnych na terenach gmin | | Duże wydarzenia gminne skupiają społeczność lokalną z danej gminy i gmin sąsiednich. Często są tam ludzie którzy nie korzystają z mediów społecznościowych i nie czytają naszego biuletynu i gazet. Jest to możliwość skontaktowania się z tymi osobami. Poza tym jest to | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|--|--|--|
| | | | | | | | możliwość wzmocnienia wizerunku, marki KŁO i LGD. | Koszt 2600 zł wynika z transportu materiałów i ewentualnego wynajmu produktów i usług, których samodzielnie nie jesteśmy w stanie zapewnić. |
| | W ramach spotkań lub forum tematycznych | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Zastosowanie różnych metod konsultacji/partycypacji (np. open space, kawiarenki obywatelskie, spacerzy badawcze itp.) | | | Zadanie jest zaplanowane ze względu na zwiększenie metod i ilości osób aktywizowanych w ramach realizacji LSR. Dywersyfikacja działań i zadbanie o jakość tych działań pozwoli na większe dotarcie do mieszkańców i tym samym przełoży się na zwiększenie wskaźników realizacji LSR. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| Cel 5. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji wspierającej rozwój lokalny ze szczególnym uwzględnieniem upowszechnienia efektów wdrażania LSR, w tym promocji dobrych praktyk. | | | | | | | | |
| Kampania informacyjno-promocyjna | 1 informacja | Max 500 zł | mieszkańcy obszaru; członkowie i partnerzy LGD; liderzy społeczności lokalnych (np. radni, sołtysi, liderzy ngo); wnioskodawcy; odbiorcy projektów | Wywiady, materiały prasowe w mediach lokalnych dot. efektów LSR | Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR/podejściu Leader. | | Wywiady i materiały prasowe służą prezentacji najlepszych działań związanych z realizacją zadań w ramach LSR. wzmocnieniu wizerunku marki KŁO i poszerzeniu ilości konsumentów naszych klientów (realizujących wnioski w ramach LSR). Ponadto służy zwiększaniu poczucia tożsamości mieszkańców KŁO. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. 500 zł jest potrzebne na wykupienie usługi w pozytywnych mediach społecznościowych i portalach i w prasie lokalnej |
| | 1 wydarzenie | 11000zł | | Wydarzenie własne LGD w oparciu o doświadczenia Święta Łęgów Odrzańskich i | | | Wydarzenie jest NIEZBĘDNE do prezentacji efektów realizacji LSR i ułatwienia dotarcia do produktów i | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|----------------------------|--|---|--|
| | | | | | Festiwalu Rękodzielniczego | | usług wytwarzanych w ramach wsparcia LGD i realizacji LSR. Wydarzenie służy wzmocnieniu wizerunku marki KŁO i poszerzeniu ilości konsumentów naszych klientów (realizujących wnioski w ramach LSR). Ponadto służy zwiększaniu poczucia tożsamości mieszkańców KŁO | Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszty związane są z zakupami materiałów niezbędnymi do przygotowania wystaw i stoisk, koszty delegacji i transportu sprzętu. Koszty zatrudnienia artystów. Koszty zatrudnienia usługodawców związanych z usługami specjalistycznymi. Koszty marketingu i promocji w zakresie wykonalności przez biuro. |
|--|--|--|--|--|----------------------------|--|---|--|

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|-----------------|--|--|--|---|--|---|--|--|
| IV KWARTAŁ 2017 | Cel 1. Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. | | | | | | | |
| | Kampania informacyjna | Strona www LGD -1 Ilość artykułów – min. 3 w tym kwartale | 250zł oraz w ramach zakresu obowiązków pracowników | Opinia publiczna: mieszkańcy, wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne i podmioty publiczne; grupy opiniotwórcze/liderzy społeczności lokalnych | Informacje na stronie www.lgdodra.pl | Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Zwiększy się ilość osób/podmiotów mających podstawową wiedzę o LGD I LSR. | Strona internetowa jest w chwili obecnej głównym komunikatorem LGD z beneficjentami. Wszystkie dokumenty i główne informacje dotyczące działalności i naborów znajdują się na stronie www.lgdodra.pl | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 250 zł jako rezerwa finansowa niezbędna do prawidłowego funkcjonowania strony. |
| | | Ilość stron www, na których będą ukazywać się informacje – 12 Ilość artykułów na stronach – min 2 w roku na każdej (min. 6 w tym kwartale) | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Artykuły na stronach www gmin | | Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczny mieszkańców, głównie skoncentrowanych na lokalnych stronach samorządowych. Są osoby które nie zaglądają na strony lgd ale bardzo chętnie przeglądają strony internetowe samorządów lokalnych. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość gazet lokalnych – min. 2 Ilość – portali elektronicznych – min. 2 Ilość opublikowanych artykułów/ogłoszeń – min. 4 w tym kwartale | W ramach zakresu obowiązków pracowników | | Informacje prasowe i ogłoszenia w mediach lokalnych (zarówno drukowanych, jak i elektronicznych) | | Zadanie jest zasadne ponieważ pozwala dotrzeć do większej liczny mieszkańców, głównie czytających lokalne portale informacyjne. Mają one największą oglądalność. Są osoby na obszarach wiejskich, które nie korzystają z Internetu ale cyklicznie zaglądają do mediów drukowanych tj. gazet lokalnych. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|--|---|---|---|
| | | Ilość przeprowadzonych prezentacji – min. 2 | W ramach zakresu obowiązków pracowników/koszty delegacji służbowych | | | | W historii lgd zdarzało się, że radni samorządów lokalnych nie mieli pełnej informacji o LGD. Biorąc pod uwagę fakt że podejmują oni decyzje dotyczące realizacji LSR uznajemy za konieczne uczestnictwo w posiedzeniach rad samorządów lokalnych z bieżącymi informacjami dotyczącymi realizacji LSR i funkcjonowania LGD. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. | |
| | | nie mniej niż 2 miesięcznie | | | | | Posty na profilach społecznościowych LGD | Jest to drugie co do efektywności medium społecznościowe LGD KŁO. Medium służące do przekazywania szybkich informacji dotyczących LSR w tym realizacji celów i osiągnięciu wskaźników. Strona promuje również działalność LGD i markę lokalną. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | | Ilość konferencji: minimum 1 Ilość uczestników: minimum 40 | 5000 zł | | | | Konferencja inauguracyjna/podsumowująca, w tym Konferencje Odrzańskie | Jest to tradycyjna konferencja służąca inspiracji działań związanych z celami LSR i/lub podsumowaniu działań zrealizowanych. Konferencja Odrzańska skupia nie tylko członków LGD ale i przedstawicieli wielu branż związanych z naszą strategią. Konferencja jest niezbędna do merytorycznego łączenia partnerów w działalność związaną z realizacją celów LSR. | Koszt 5000 zł jest niezbędnym kosztem związanym z koniecznością zamówienia cateringu dla 40 osób oraz zatrudnienia ekspertów-prelegentów zewnętrznych w ilości 4-8. |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|--|--|--|
| | | <p>Ilość wysłanych informacji – minimum 4 w tym kwartale Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016.</p> | <p>W ramach zakresu obow. pracowników</p> | | <p>Lista dyskusyjna Partnerstwa [KŁO]</p> | | <p>Lista dyskusyjna w partnerstwie zastępuje nam newsletter z tą różnicą że członkowie listy mogą odpowiadać na wysłane emaile. Jest to bardzo dobre sprawdzone narzędzie do komunikacji wewnętrznej partnerstwa KŁO. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie całej działalności LGD.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |
| | | <p>Ilość wysłanych informacji – minimum 2 każdego roku Ilość odbiorców – zwiększenie o min. 10 % w stosunku do poziomu z stycznia 2016.</p> | | | <p>Lista dyskusyjna rękodzielników [rękodzielniczy]</p> | | <p>Jw. Na tej liście dyskusyjnej uzgadniane są kwestie branżowej działalności LGD w ramach przedsięwzięcia II LSR czyli marka lokalna KŁO.</p> | <p>Jw.</p> |
| | | <p>Ilość podmiotów otrzymujących newslettery – min. 20 Ilość przesłanych newsletterów - min.1.</p> | | | <p>Informacje (newslettery) przekazywane do podmiotów zajmujących się doradztwem, np. urzędy gmin, punkty informacyjne/doradcze dla ngo, organizacje pracodawców, PUP-y, OPS-y</p> | | <p>Są to bezzwrotne wiadomości przekazywane innym podmiotom realizującym informowanie i doradztwo w zakresie możliwego wsparcia w ramach realizacji LSR. Chodzi o dotarcie do osób planujących podjąć działalność gospodarczą. Działalność ta może być alternatywom dla beneficjentów OPS-ów i PUP-ów. Chodzi o zwiększenie zasięgu informacji w celu niedopuszczenia do hermetyzacji środków komunikacji.</p> | <p>Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK.</p> |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| Cel 2. Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy dla potencjalnych i faktycznych wnioskodawców, w tym grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów. | | | | | | | |
|---|---|---|--|--|--|--|---|
| Kampania informacyjna Wsparcie doradczo-szkoleniowe | 1 dedykowana naborom zakładka/podstrona na stronie www LGD | W ramach zakresu obow. pracowników | wszyscy potencjalni i faktyczni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje społeczne, podmioty publiczne | Strona www LGD | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysoki udział wniosków przygotowanych prawidłowo pod względem formalnym i merytorycznym. Wysokie zainteresowanie naborami w ramach LSR. | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Min. 4 kanały/sposoby upowszechniania informacji (w tym strona www LGD, strony gmin, media lokalne, media społecznościowe, lista dyskusyjna, ogłoszenia drukowane/plakaty itd.) | W ramach zakresu obow. pracowników | | Artykuły i informacje o ogłaszanych naborach | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Działanie wielokanałowe ma na celu zwiększenie ilości osób otrzymujących informację o naborach. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Funkcjonowanie doradztwa min. 4 dni w tygodniu Ilość uczestników doradztwa min. 11 Ilość godzin doradztwa – min. 44 | W ramach zakresu obow. pracowników | | Doradztwo i animacja biura LGD (w siedzibie, telefoniczne, mailowe, wyjazdowe) | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo jest świadczone w ramach pracy pracowników w biurze LGD. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Min. 4 godziny doradztwa w ramach punktu miesięcznie w każdej gminie, 1 upubliczniony grafik dyżurów | W ramach zakresu obow. Pracowników, koszty delegacji pracowników ok. 1500 zł na kwartał | | Punkty informacyjno-doradcze w siedzibach gmin | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Doradztwo terenowe jest niezbędne do zbliżenia się do osób, które mają problemy z dojazdem do biura LGD. | Koszt 1500 zł dotyczy dojazdu pracowników biura do gmin w których jest pełnione doradztwo. Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|----------------------|--|------------------------------------|--|--|---|--|--|---|
| | | | | | | | Jest to formuła doradztwa zwiększającego dostępność do informacji i środków w ramach realizowanej strategii LSR. | kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Minimum 1 spotkanie | W ramach zakresu obow. pracowników | | Spotkania informacyjno-szkoleniowe | | | Jest to wymóg niezbędny wynikający z umowy ramowej. Spotkania służą wyjaśnieniu i informowaniu grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów dla zwiększenia ilości wniosków wpływających do LGD w ramach naborów. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | 1 opracowany FAQ; nie aktualizowany w tym kwartale | W ramach zakresu obow. pracowników | | Opracowanie i aktualizacja tzw. FAQ dostępnego na stronie www LGD | | | Jest to działanie przewidziane ze względu na ułatwienie zrozumienia funkcjonowania LGD i procedur naborów do realizacji LSR. Narzędzie jest niezbędne do ułatwienia realizacji projektów w ramach PROW. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości przygotować i/lub zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| | Cel 3. Uzyskanie informacji zwrotnej nt. działalności i rozpoznawalności LGD, w tym oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD. | | | | | | | |
| Spotkania tematyczne | Min. 1 spotkanie, | 1000 zł | jw. oraz społeczność lokalna, w tym liderzy społeczności lokalnych | Spotkania prowadzone metodami partycypacyjnymi (np. open space, kawiarenki obywatelskie, spacerzy badawcze itp.) | Wysoka jakość usług LGD. Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR. | | W tym zadaniu głównie chodzi o zwiększenie efektywności działań przedsiębiorców w realizacji LSR w zakresie przedsięwzięcia I. „Turystyka na Szlaku Odry” oraz II. Marka | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | | |
|--|---|---------|--|---|--|--|--|--|
| | | | | | | | Krainy Łęgów Odrzańskich | zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Zaplanowano 1000 zł na moderację spotkania i ewentualny poczęstunek. |
| Cel 4. Wzmocnienie procesu zaangażowania społeczności LGD w realizację LSR poprzez między innymi usprawnienie konsultacji ewentualnych aktualizacji/zmian zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR. | | | | | | | | |
| Aktywacja i animacja społeczności lokalnej | Ilość artykułów/ilość stron/profilu na których ukazały się informacje | | mieszkańcy, organizacje pozarządowe podmioty publiczne przedsiębiorcy, rękodzielnicy liderzy społeczności lokalnych (np. radni, sołtysi, liderzy ngo) wnioskodawcy; przedstawicieli grup defaworyzowanych, w tym podmiotów zajmujących się ich wsparciem | Strony www i media społecznościowe LGD i partnerów | Zgodna z zakładanymi wskaźnikami i w zakładanych terminach realizacja LSR. Wysokie zainteresowanie naborami w ramach LSR. Udział przedstawicieli grup defaworyzowanych w realizacji LSR (zarówno jako wnioskodawcy, jak i odbiorcy) Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR. | Dzisiejsze funkcjonowanie informacji w odniesieniu do rzeczywistości wymaga obecności w mediach społecznościowych. Wskaźnik ten ma nam zapewnić rozpoznawalność i dzięki temu zwiększyć zasięg oddziaływania. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. | |
| | Realizowany przez cały rok, w tym kwartale finał | 4000 zł | | Konkurs na najlepszą inicjatywę | | Konkurs służy pobudzeniu kreatywności w realizacji celów LSR. Nagradzanie najlepszych pomysłów ma stymulować do efektywniejszego działania i tworzenia i realizacji projektów wyższej jakości. | Koszt 2000 zł związany jest z ufundowaniem nagród do realizacji zadania oraz do przygotowania podziękowania za zrealizowane zadanie oraz 2000 zł na przygotowanie gali podsumowującej konkurs. | |
| | Minimum raz w roku w każdej gminie, w tym kwartale min. 4 | 2000zł | | Udział stanowiska informacyjno-animacyjnego LGD KŁO w imprezach i wydarzeniach lokalnych na terenach gmin | | Duże wydarzenia gminne skupiają społeczność lokalną z danej gminy i gmin sąsiednich. Często są tam ludzie którzy nie korzystają z mediów społecznościowych i nie czytają naszego biuletynu i gazet. Jest to możliwość skontaktowania się z tymi osobami. Poza tym jest to możliwość wzmocnienia wizerunku, marki KŁO i | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 2000 zł wynika z transportu materiałów i | |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich

| | | | | | | | |
|---|---------------------------|---------------------------------------|--|---|---|--|---|
| | | | | | | LGD. | ewentualnego wynajmu produktów i usług, których samodzielnie nie jesteśmy w stanie zapewnić. |
| | Udział w min. 1 spotkaniu | W ramach zakresu obowiązków pracownik | | Udział w spotkaniach/ konferencjach/ forach organizowanych na poziomie gmin | | Głównie chodzi o prezentacje LGD i tam gdzie to możliwe PROW i LSR. Zwiększenie dotarcia do mieszkańców. Wizerunek LGD i marki KŁO. | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. |
| Cel 5. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji wspierającej rozwój lokalny ze szczególnym uwzględnieniem upowszechnienia efektów wdrażania LSR, w tym promocji dobrych praktyk. | | | | | | | |
| Kampania informacyjno-promocyjna | 3000 egz. | 5000 zł | mieszkańcy obszaru; członkowie i partnerzy LGD; liderzy społeczności lokalnych (np. radni, sołtysi, liderzy ngo); wnioskodawcy; odbiorcy projektów | Biuletyn Odrzański | Zwiększenie rozpoznawalności LGD i wiedzy o LSR/podejściu Leader. | Jest to wydawnictwo które było realizowane od kilku lat w LGD. Jest tradycyjne i cykliczne. Sołtysi, radni samorządowi radni lgd, liderzy i mieszkańcy oczekują realizacji takiego zadania. Biuletyn informuje o zadaniach realizowanych w ramach LSR o efektach ale również informuje o tym co będzie. Jest to również prezentacja partnerów, przedsiębiorców związanych z misją LGD i LSR. | Opracowanie materiałów do biuletynu realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co ogranicza koszty związane z realizacją PK. Koszt 5000 zł to koszt składu, projektu graficznego i druku biuletynu. |
| | 2 informacje | Max 500 zł | | Wywiady, materiały prasowe w mediach lokalnych dot. efektów LSR | | Wywiady i materiały prasowe służą prezentacji najlepszych działań związanych z realizacją zadań w ramach LSR. Wzmocnieniu wizerunku marki KŁO i poszerzeniu ilości konsumentów naszych klientów | Zadanie jest realizowane w ramach nakładów poniesionych z tytułu kosztów zatrudnienia pracowników LGD. Pracownicy posiadają kwalifikacje pozwalające w części lub całości zrealizować zadanie co |

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI
NAZWA LGD: *Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Łęgów Odrzańskich*

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | (realizujących wnioski w ramach LSR). Ponadto służy zwiększaniu poczucia tożsamości mieszkańców KŁO. | ogranicza koszty związane z realizacją PK. 500 zł jest potrzebne na wykupienie usługi w poczytnych mediach społecznościowych i portalach i w prasie lokalnej |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|