

PLAN KOMUNIKACJI

Term in	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki	Efekty
I poł. 2016	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 2 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1000
II poł. 2016	Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - ulotki - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 400 - liczba przekazanych ulotek – 500 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD – 1	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1000
II poł. 2016	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - szkolenie nt. zasad i kryteriów udzielania wsparcia - ulotki - plakaty - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 500 - liczba szkoleń - 1 - liczba wywieszonych plakatów – 30 - liczba przekazanych ulotek – 500 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl – 5	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1500

PLAN KOMUNIKACJI

I poł. 2017	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - plakaty - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 500 - liczba wywieszonych plakatów – 20 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - <u>liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl</u> - 5	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1500
II poł. 2017	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 4 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
II poł. 2017	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - plakaty - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń -3 - liczba uczestników szkoleń - 60 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych - 60 - liczba plakatów - 20 - liczba udzielonych usług doradczych w biurze – 40	Liczba osób przeszkolonych – 60 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD – 40
I poł. 2018	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie	- wszyscy wnioskodawcy	- ankiety rozesłane do wnioskodawców w formie elektronicznej lub przekazane osobiście	- liczba ankiet badających satysfakcję mieszkańców rozesłanych lub przekazanych do wnioskodawców – 20	Liczba uzyskanych informacji zwrotnych nt.

PLAN KOMUNIKACJI

	LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie	przygotowania wniosków o dofinansowanie				poziomu satysfakcji z usług doradczych i informacyjnych - 15
I poł. 2018	Podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - foldery - kubeczki promocyjne - długopisy promocyjne - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 700 - liczba wydanych folderów – 500 - liczba kubeczków - 300 - liczba długopisów – 500 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl – 5 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o realizacji głównych założeń LSR - 2000
I poł. 2018	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - ulotki - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 700 - liczba przekazanych ulotek – 200 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000

PLAN KOMUNIKACJI

II poł. 2018	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń -2 - liczba uczestników szkoleń-40 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych -40 - liczba udzielonych usług doradczych-40	Liczba osób przeszkolonych – 60 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD - 40
II poł. 2018	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 750 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
II poł. 2018	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 4 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
I poł. 2019	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 800	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000

PLAN KOMUNIKACJI

	operacji realizowanych z budżetu LSR		- wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	
I poł. 2019	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczenia wniosków o dofinansowanie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie przygotowania wniosków o dofinansowanie	- wszyscy wnioskodawcy	- ankiety rozesłane do wnioskodawców w formie elektronicznej lub przekazane osobiście	- liczba ankiet rozesłanych lub przekazanych do wnioskodawców – 15	Liczba uzyskanych pozytywnych informacji zwrotnych - 10
I poł. 2019	Podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - dobre praktyki (wizyta w miejscu realizacji projektu) - promocja strony - www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 800 - liczba wizyt w miejscu realizacji projektu -1 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
I poł. 2019	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD	- liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 4 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000

PLAN KOMUNIKACJI

		mieszkańców w działalność LGD		- wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)		
II poł. 2019	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 800 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl – 5	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
II poł. 2019	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń informacyjnych na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 2 - liczba uczestników szkoleń - 20 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych -20 - liczba udzielonych usług doradczych - 20	Liczba osób przeszkolonych – 20 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD - 20
I poł. 2020	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie przygotowania wniosków o dofinansowanie	- wszyscy wnioskodawcy	- ankiety rozesłane do wnioskodawców w formie elektronicznej lub przekazane osobiście	- liczba ankiet rozesłanych do wnioskodawców – 15	Liczba uzyskanych pozytywnych informacji zwrotnych - 10

PLAN KOMUNIKACJI

II poł. 2020	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba wejść na stronę internetową – 900 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2500
II poł. 2020	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 1 - liczba uczestników szkoleń - 10 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych - 10 - liczba udzielonych usług doradczych -20	Liczba osób przeszkolonych – 10 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD - 20
Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki	Efekty
I poł. 2016	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 2 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1000
II poł. 2016	Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i

PLAN KOMUNIKACJI

	mieszkańców obszaru			<ul style="list-style-type: none"> - ulotki - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD) 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba wejść na stronę internetową – 400 - liczba przekazanych ulotek – 500 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD – 1 	udzielaniu wsparcia - 1000
II poł. 2016	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy 	<ul style="list-style-type: none"> - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - szkolenie nt. zasad i kryteriów udzielania wsparcia - ulotki - plakaty - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 500 - liczba szkoleń - 1 - liczba wywieszonych plakatów – 30 - liczba przekazanych ulotek – 500 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl – 5 	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1500
I poł. 2017	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy 	<ul style="list-style-type: none"> - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - plakaty - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 500 - liczba wywieszonych plakatów – 20 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5 	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1500
II poł. 2017	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 4 	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach

PLAN KOMUNIKACJI

		Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD		- nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
II poł. 2017	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - plakaty - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 3 - liczba uczestników szkoleń - 60 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych - 60 - liczba plakatów - 20 - liczba udzielonych usług doradczych w biurze - 40	Liczba osób przeszkolonych – 60 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD – 40
I poł. 2018	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie przygotowania wniosków o dofinansowanie	- wszyscy wnioskodawcy	- ankiety rozesłane do wnioskodawców w formie elektronicznej lub przekazane osobiście	- liczba ankiet badających satysfakcję mieszkańców rozesłanych lub przekazanych do wnioskodawców – 20	Liczba uzyskanych informacji zwrotnych nt. poziomu satysfakcji z usług doradczych i informacyjnych - 15
I poł. 2018	Podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - foldery - kubeczki promocyjne - długopisy promocyjne - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 700 - liczba wydanych folderów – 500 - liczba kubeczków - 300 - liczba długopisów – 500 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2	Liczba osób poinformowanych o realizacji głównych założeń LSR - 2000

PLAN KOMUNIKACJI

				<ul style="list-style-type: none"> - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD) 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl – 5 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1 	
I poł. 2018	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy 	<ul style="list-style-type: none"> - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - ulotki - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 700 - liczba przekazanych ulotek – 200 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5 	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
II poł. 2018	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	<ul style="list-style-type: none"> - organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy 	<ul style="list-style-type: none"> - materiały szkoleniowe - prezentacje - usługi doradcze w biurze LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba szkoleń -2 - liczba uczestników szkoleń-40 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych -40 - liczba udzielonych usług doradczych-40 	Liczba osób przeszkolonych – 60 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD - 40
II poł. 2018	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane 	<ul style="list-style-type: none"> - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 750 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000

PLAN KOMUNIKACJI

			- wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	
II poł. 2018	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 4 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
I poł. 2019	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 800 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
I poł. 2019	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie przygotowania wniosków o dofinansowanie	- wszyscy wnioskodawcy	- ankiety rozesłane do wnioskodawców w formie elektronicznej lub przekazane osobiście	- liczba ankiet rozesłanych lub przekazanych do wnioskodawców – 15	Liczba uzyskanych pozytywnych informacji zwrotnych - 10

PLAN KOMUNIKACJI

I poł. 2019	Podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - dobre praktyki (wizyta w miejscu realizacji projektu) - promocja strony - www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 800 - liczba wizyt w miejscu realizacji projektu -1 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
I poł. 2019	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej -2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 4 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
II poł. 2019	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 800 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl – 5	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000

PLAN KOMUNIKACJI

II poł. 2019	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń informacyjnych na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 2 - liczba uczestników szkoleń - 20 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych -20 - liczba udzielonych usług doradczych - 20	Liczba osób przeszkolonych – 20 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD - 20
I poł. 2020	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie przygotowania wniosków o dofinansowanie	- wszyscy wnioskodawcy	- ankiety rozesłane do wnioskodawców w formie elektronicznej lub przekazane osobiście	- liczba ankiet rozesłanych do wnioskodawców – 15	Liczba uzyskanych pozytywnych informacji zwrotnych - 10
II poł. 2020	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony www.lgd.brodnica.pl wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 -liczba wejść na stronę internetową – 900 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2500
II poł. 2020	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w	- organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 1 - liczba uczestników szkoleń - 10 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych - 10 - liczba udzielonych usług doradczych -20	Liczba osób przeszkolonych – 10 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



PLAN KOMUNIKACJI

	rozliczaniu projektów	aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD				świadczony w biurze LGD - 20
--	-----------------------	--	--	--	--	------------------------------