

Załącznik nrPlan komunikacji

W celu podtrzymania wysokiego stopnia aktywności społeczności lokalnej i jego rozwoju oraz efektywnego wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju LGD Miasta Brodnicy opracowała plan komunikacji ze społecznością.

W okresie od września 2015 r. do stycznia 2016 r. została przeprowadzona analiza problemów, potrzeb i celów związanych z działaniami komunikacyjnymi zarówno opracowywanej strategii rozwoju jak i przyszłej działalności Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Miasta Brodnicy w okresie wdrażania LSR na lata 2014-2020. W ramach zrealizowanych działań przeprowadzono konsultacje społeczne ze społecznością lokalną w postaci spotkań z mieszkańcami oraz badań ankietowych, jak również spotkania warsztatowe w ramach grup fokusowych, konsultacje z członkami LGD, jak również punkt konsultacyjny w biurze LGD. Wyniki zastosowanych metod partycypacyjnych wskazały na konieczność sformułowania celów i działań w zakresie komunikacji ze społecznością lokalną w procesie wdrażania LSR, aby zapewnić jej wysoką efektywność i skuteczność.

Odbiorcą działań komunikacyjnych jest każdy mieszkaniec obszaru działania LGD Miasta Brodnicy. Nie oznacza to jednak takiej samej komunikacji ze wszystkimi odbiorcami. Zróżnicowane potrzeby informacyjne mieszkańców narzucają konieczność prowadzenia zróżnicowanej komunikacji.

Podstawowym kryterium podziału docelowych odbiorców jest poziom ich zaangażowania w proces zmian na obszarze działania LGD Miasta Brodnicy. Z tego względu odbiorcy komunikacji zostali podzieleni na trzy grupy docelowe:

- potencjalni beneficjenci,
- uczestnicy operacji (grupa defaworyzowana),
- ogół społeczeństwa.

W wyniku przeprowadzonych działań zidentyfikowano cele szczegółowe działań komunikacyjnych w okresie wdrażania LSR:

1. Nabycie informacji o celach LSR, zasadach udzielania wsparcia i kryteriach wyboru operacji oraz o typach operacji realizowanych w ramach LSR,
2. Nabycie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów.
3. Nabycie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie,

4. Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów.

5. Budowanie i podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru.

6. Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD.

Aby skutecznie dotrzeć do społeczności lokalnej i zachęcić ją do aktywnego udziału w realizacji LSR przewidziane zostały poniższe działania komunikacyjne:

- kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR,
- 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,
- badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie przygotowania i rozlicza wniosków o dofinansowanie,
- działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD.

Wskazane działania komunikacyjne aby były skuteczne i efektywne wymagają zastosowania odpowiednich środków przekazu. Podczas realizacji LSR zostaną wykorzystane m.in.:

- strony www, portale społecznościowe,
- ogłoszenia w prasie,
- komunikacja twarzą w twarz,
- ogłoszenia na tablicach w instytucjach publicznych,
- plakaty, ulotki,
- ankiety,
- wywiady,
- spotkania otwarte z mieszkańcami,
- fora opinii, konsultacje online,
- porady w biurze LGD.

Działania komunikacyjne podjęte w ramach wdrażania LSR będą różniły się od dotychczas stosowanych i będą zawierały rozwiązania innowacyjne i atrakcyjne dla adresatów LSR. Ich innowacyjny charakter polegał będzie na tworzeniu warunków do partycypacyjnego udziału lokalnej społeczności we wdrażaniu strategii. Będą one miały na celu wzbudzenie zainteresowania mieszkańców oraz zachęcenie ich do zwiększenia zaangażowania w działania na rzecz przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu i ubóstwu.

Planowane efekty tych działań wynikają z przyjętych wskaźników i założonych celów i kształtują się następująco:

- liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia,

- liczba osób przeszkolonych,
- liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD,
- liczba uzyskanych informacji zwrotnych na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie.

W celu oceny skuteczności prowadzonych działań komunikacyjnych, jak również oceny efektywności i spójności wydatków ponoszonych w związku z realizacją planu komunikacji, będzie prowadzona ewaluacja działań. Za prowadzenie badań ewaluacyjnych i ocenę skuteczności działań komunikacyjnych będzie odpowiedzialna LGD, jako instytucja bezpośrednio zaangażowana we wdrażanie LSR. Podstawą dokonywanej oceny będą wskaźniki określone w planie komunikacji, informacje zwrotne uzyskiwane od uczestników szkoleń i spotkań, opinie zbierane za pośrednictwem strony www oraz informacje od innych podmiotów zaangażowanych w realizację LSR.

Monitorowanie efektywności planu komunikacji przeprowadzane będzie na bieżąco przez pracowników biura LGD na podstawie posiadanych informacji (m.in. liczba wejść na stronę www, zasięg mediów lokalnych, listy obecności na spotkaniach, ankiety). Informacje uzyskane w wyniku przeprowadzonej oceny będą podstawą do modyfikacji i ewentualnej korekty kierunków prowadzonych działań oraz prowadzić będą do zminimalizowania ryzyka powtarzania błędów i powtórnej realizacji nietrafiionych działań.

Działania prowadzone przez LGD będą oceniane m.in. przy pomocy następujących narzędzi:

- ankieta ewaluacyjna (szkolenia, spotkania),
- monitorowanie liczby poprawnie i błędnie złożonych wniosków o dofinansowanie,
- komentarze i udostępnienia w mediach społecznościowych.

W sytuacji, gdy wskaźniki realizacji planu komunikacji (określone dla danego roku realizacji LSR) nie zostaną osiągnięte grupa przygotuje i wdroży plan naprawczy w celu zwiększenia efektywności działań komunikacyjnych.

Z dokonywanych ocen zostaną sporządzone raporty odnoszące się do poszczególnych etapów działań komunikacyjnych. Raporty będą opracowywane w systemie półrocznym i będą zawierały sposoby skorygowania planu komunikacji. Raporty będą publikowane na stronie internetowej LGD, a także dostępne w siedzibie LGD.

Jednym z celów planu komunikacji jest uzyskanie informacji zwrotnej o efektywności działalności LGD i wdrażaniu LSR. Zebrane dane są potrzebne do przeprowadzenia ewentualnych korekt, ulepszenia czy też intensyfikacji prowadzonych działań. Kluczową formą zbierania informacji zwrotnych o efektach i procesie wdrażania LSR będą spotkania, szkolenia oraz organizowane przedsięwzięcia promocyjne. Dane będą zbierane w formie

informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy).

Zebrane informacje będą podstawą do dokonania korekty działalności LGD, jej pracowników, organów i procedur.

Działania komunikacyjne będą miały charakter ciągły i będą ściśle powiązane z poszczególnymi fazami realizacji LSR.

Szczegółowe założenia Planu komunikacji LSR zostały określone w załączniku nr do LSR.

Załącznik nr Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki	Efekty
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. - spotkanie informacyjne - 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 spotkań informacyjnych - 2 - 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
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 – 800 - liczba przekazanych ulotek – 500 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 2	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
I poł. 2017	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z	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	- 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 wywieszonych plakatów – 20 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000

	budżetu LSR			- aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	
I 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 - 2	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000
II poł. 2017	Nabycie 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	Nabycie 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	- 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 – 1000 - liczba wydanych folderów – 500 - liczba kubeczków - 300 - liczba długopisów – 500	Liczba osób poinformowanych o realizacji głównych założeń LSR - 2500

				- 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 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 - 2	
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 – 1200 - 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	Nabycie 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	- 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 – 1000 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000

				- aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl	pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie www.lgd.brodnica.pl - 5	
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 – 1000 - 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 - 2500
I poł. 2019	Nabycie 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
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 – 1000 - liczba wizyt w miejscu realizacji projektu -1 - liczba działań promujących stronę www.lgd.brodnica.pl – 2 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 2	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 3000

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 - 2	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 – 1000 - 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 - 3000
II poł. 2019	Nabycie 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	Nabycie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o	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

	dofinansowanie					
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 – 1000 - 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 - 3000
II poł. 2020	Nabycie 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

Tabela nr Terminy realizacji celów działań komunikacyjnych w ramach LSR

Cele działań komunikacyjnych	Terminy realizacji celów									
	2016		2017		2018		2019		2020	
	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.
Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR		X	X		X		X		X	
Nabycie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów				X		X		X		X
Nabycie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie					X		X		X	
Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru.		X								
Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów.						X		X		X
Podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru					X		X			
Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD			X					X		