

Tabela 21 Plan komunikacji - cele, metody, grupy docelowe oraz efekty

Cel działań komunikacyjnych	Metody komunikacji - sposoby dotarcia do grupy docelowej/defaworyzowanej	Grupa docelowa/defaworyzowana działań komunikacyjnych	Efekty działań komunikacyjnych
<p>I. Wzrost wiedzy mieszkańców PLGD oraz grup docelowych, w tym defaworyzowanych na temat LGD i instrumentów, którymi dysponuje w ramach uruchamianej strategii</p> <p>Komunikowanie mieszkańcom obszaru PLGD postępów w realizacji strategii</p>	<p>Dyżury pracowników PLGD w celu udzielania podstawowych informacji nt. wsparcia możliwego do uzyskania w związku z wdrażaniem strategii</p>	<p>Wnioskodawcy, oraz przedstawiciele grup docelowych: mieszkańcy PLGD, reprezentanci JST, osoby, posiadające możliwość wpływu na kształtowanie przyszłych decyzji młodych mieszkańców PLGD, Osoby z terenu PLGD reprezentujący formalne (organizacje pozarządowe) i nieformalne grupy powiązań mieszkańców PLGD, Osoby 50+ z terenu PLGD; Absolwenci szkół ponadgimnazjalnych z terenu PLGD; Seniorzy (osoby w wieku emerytalnym) zamieszkali na obszarze PLGD w tym osoby wymagające opieki/osoby pracujące na rzecz tych grup, Osoby z terenu PLGD planujące lub prowadzące działalność gospodarczą</p>	<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych, w tym defaworyzowanych przekonani o znaczeniu skutecznego wdrożenia</p>
	<p>Emisja na stronie internetowej Stowarzyszenia PLGD informacji nt. uruchomienia naborów/konkursów i ich zasad</p>		<p>Wartość wsparcia wnioskowanego w ramach wniosków składanych do poszczególnych konkursów ogłaszanych w ramach wdrożenia Strategii jest nie</p>
	<p>Emisja na profilu PLGD w portalu społecznościowym informacji nt. uruchomienia naborów/konkursów i ich zasad</p>		<p>Wartość wsparcia wnioskowanego w ramach wniosków składanych do poszczególnych konkursów ogłaszanych w ramach wdrożenia Strategii jest nie mniejsza niż alokacja</p>
	<p>Prezentacja przez przedstawicieli Stowarzyszenia PLGD informacji na temat strategii i związanej z nią możliwości rozwoju osób/podmiotów z obszaru PLGD w trakcie lokalnych wydarzeń, spotkań itp..</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych, w tym defaworyzowanych przekonani o znaczeniu skutecznego wdrożenia strategii</p>
	<p>Spotkania informacyjne prezentujące założenia strategii, jej cele, sposoby realizacji oraz harmonogram działań - w każdej gminie</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych, w tym defaworyzowanych przekonani o znaczeniu skutecznego wdrożenia strategii</p>
	<p>Ulotki informujące o wsparciu możliwym do uzyskania w ramach realizacji strategii (dystrybucja w każdej gminie PLGD)</p>		<p>Wartość wsparcia wnioskowanego w ramach wniosków składanych do poszczególnych konkursów ogłaszanych w ramach wdrożenia Strategii jest nie mniejsza niż alokacja</p>
	<p>Zamieszczanie informacji na stronach internetowych Stowarzyszenia PLGD na temat aktualnych wydarzeń związanych z realizacją strategii</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi przebiegu procesów ważnych z punktu widzenia wdrożenia strategii</p>
	<p>Zamieszczanie linków do informacji dotyczących ważnych wydarzeń związanych z realizacją strategii na portalach JST wchodzących w skład PLGD</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi przebiegu procesów ważnych z punktu widzenia wdrożenia strategii</p>
	<p>Zamieszczenie informacji o aktualnych wydarzeniach związanych z realizacją strategii na profilu Stowarzyszenia na portalu społecznościowym</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi przebiegu procesów ważnych z punktu widzenia wdrożenia strategii</p>
	<p>Zamieszczanie informacji na stronach internetowych Stowarzyszenia PLGD na temat postępów w realizacji strategii</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi postępów we wdrażeniu strategii</p>
	<p>Przekazywanie informacji na temat postępów w realizacji strategii na profilu Stowarzyszenia na portalu społecznościowym</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi postępów we wdrażeniu strategii</p>
	<p>Przekazywanie informacji na temat postępów w realizacji strategii w trakcie spotkań bezpośrednich z mieszkańcami PLGD</p>		<p>Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi postępów we wdrażeniu strategii</p>
<p>IIa Maksymalizacja efektu, polegającego na aplikowaniu o wsparcie uruchamiane w ramach RLKS dobrze przygotowane osoby/podmioty, składające wysokiej jakości aplikacje</p> <p>Podniesienie kompetencji wnioskodawców, mogących być beneficjentami konkursów ogłaszanych w ramach wdrażania strategii, w sposób umożliwiający im skuteczne aplikowanie o wsparcie</p>	<p>Artykuły prasowe w prasie lokalnej informujące o wsparciu uruchamianym w ramach strategii / konkursach</p>	<p>Wnioskodawcy, oraz przedstawiciele grup docelowych: mieszkańcy PLGD, reprezentanci JST, osoby, posiadające możliwość wpływu na kształtowanie przyszłych decyzji młodych mieszkańców PLGD, Osoby z terenu PLGD reprezentujący formalne (organizacje pozarządowe) i nieformalne grupy powiązań mieszkańców PLGD, Osoby 50+ z terenu PLGD; Absolwenci szkół ponadgimnazjalnych z terenu PLGD; Seniorzy (osoby w wieku emerytalnym) zamieszkali na obszarze PLGD w tym osoby wymagające opieki/osoby pracujące na rzecz tych grup</p>	<p>Wartość wsparcia wnioskowanego w ramach wniosków składanych do poszczególnych konkursów ogłaszanych w ramach wdrożenia Strategii jest nie</p>
	<p>Dyżury pracowników PLGD w celu świadczenia doradztwa z zakresu ubiegania się o wsparcie możliwe do uzyskania w związku z wdrażaniem strategii</p>		<p>W poszczególnych konkursów ogłaszanych w ramach wdrożenia Strategii występuje niski odsetek wniosków, posiadających błędy formalne, lub odrzuconych ze względu na niezgodność tematyki projektu z założeniami konkursu</p>
	<p>Prowadzenie spotkań informacyjno – konsultacyjnych z zakresu ubiegania się o wsparcie oferowane - w ramach każdego konkursu dla każdej z jego grup docelowych</p>		<p>W poszczególnych konkursów ogłaszanych w ramach wdrożenia Strategii występuje niski odsetek wniosków, posiadających błędy formalne, lub odrzuconych ze względu na niezgodność tematyki projektu z założeniami konkursu</p>
<p>Emisja na stronie internetowej Stowarzyszenia PLGD informacji nt. wyników konkursów/naborów</p>	<p>Emisja na stronie internetowej Stowarzyszenia PLGD informacji nt. wyników konkursów/naborów</p>	<p>Emisja na stronie internetowej Stowarzyszenia PLGD informacji nt. wyników konkursów/naborów</p>	<p>Aplikujący poinformowani o wynikach konkursów</p>

Cel działań komunikacyjnych	Metody komunikacji - sposoby dotarcia do grupy docelowej/defaworyzowanej	Grupa docelowa/defaworyzowana działań komunikacyjnych	Efekty działań komunikacyjnych
<p>III</p> <p>Pozyskanie informacji i opinii, umożliwiających aktualizację strategii Aktywny udział mieszkańców obszaru PLGD we wprowadzaniu zmian do strategii</p> <p>Pozyskanie informacji i opinii mieszkańców PLGD, przedstawicieli grup docelowych, w tym grup defaworyzowanych odnośnie skuteczności realizacji strategii lub przeszkód w jej realizacji</p> <p>Pozyskanie informacji zasilających proces podsumowania realizacji strategii</p>	Ankietyzacja beneficjentów wsparcia (konkursów)	Wnioskodawcy - którzy uzyskali wsparcie (beneficjenci)	Informacja zwrotna dotycząca osiągniętych efektów interwencji oraz przeszkód i problemów związanych z wdrażaniem strategii na poziomie beneficjentów
	Spotkania informacyjne prezentujące stan realizacji strategii - w każdej gminie	Wnioskodawcy, oraz przedstawiciele grup docelowych: mieszkańcy PLGD, reprezentanci JST, osoby, posiadające możliwość wpływu	Pozyskane informacje, pozwalające na uzyskanie odpowiedzi na pytanie o potrzebę (lub nie) weryfikację założeń strategii
	Spotkania z grupami defaworyzowanymi na temat zmian wywołanych realizacją strategii w tych grupach	na kształtowanie przyszłych decyzji młodych mieszkańców PLGD, Osoby z terenu PLGD reprezentujący formalne	Pozyskane informacje, pozwalające na uzyskanie odpowiedzi na pytanie o potrzebę (lub nie) weryfikację założeń strategii
	Zamieszczanie informacji na stronach internetowych Stowarzyszenia PLGD na temat zmian założeń strategii	(organizacje pozarządowe) i nieformalne grupy powiązań mieszkańców PLGD, Osoby 50+	Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi zmian wprowadzonych do strategii
	Zamieszczanie linków do informacji dotyczących ważnych zmian w strategii na portalach JST wchodzących w skład PLGD	z terenu PLGD; Absolwenci szkół ponadgimnazjalnych z terenu PLGD; Seniorzy (osoby w wieku emerytalnym) zamieszkali na	Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi zmian wprowadzonych do strategii
	Zamieszczenie informacji o zmianach strategii na profilu Stowarzyszenia na portalu społecznościowym	obszarze PLGD w tym osoby wymagające opieki/osoby pracujące na rzecz tych grup, Osoby z terenu PLGD planujące	Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi zmian wprowadzonych do strategii
	Przekazywanie informacji na temat zmian w trakcie spotkań bezpośrednich z mieszkańcami PLGD	lub prowadzące działalność gospodarczą	Mieszkańcy PLGD oraz przedstawiciele grup docelowych świadomi zmian wprowadzonych do strategii
<p>IV</p> <p>Weryfikacja jakości podejmowanych działań komunikacyjnych</p> <p>Weryfikacja jakości podejmowanych działań doradczych</p>	Ankiety oceniające jakość doradztwa	Wnioskodawcy, oraz przedstawiciele grup docelowych: mieszkańcy PLGD,	Wprowadzone zmiany w procesach doradztwa (jeśli konieczne)
	Ankiety oceniające jakość spotkań informacyjnych	reprezentanci JST, osoby, posiadające możliwość wpływu na kształtowanie przyszłych decyzji młodych mieszkańców PLGD, Osoby z terenu PLGD reprezentujący formalne (organizacje pozarządowe) i nieformalne grupy powiązań mieszkańców PLGD, Osoby 50+ z terenu PLGD; Absolwenci szkół ponadgimnazjalnych z terenu PLGD; Seniorzy (osoby w wieku emerytalnym) zamieszkali na obszarze PLGD w tym osoby wymagające opieki/osoby pracujące na rzecz tych grup, Osoby z terenu PLGD planujące lub prowadzące działalność gospodarczą	Wprowadzone zmiany w procesach komunikacyjnych (jeśli konieczne)

Źródło: opracowanie własne

Tabela 22 Plan komunikacji - metody i wskaźniki

Lp.	Metody komunikacji - sposoby dotarcia do grupy docelowej/defaworyzowanej	Wskaźnik	Wartość wskaźnika za rok 2016	Wartość wskaźnika średniorocznie w okresie 2017-2022	Wartość wskaźnika za rok 2023	Każdy konkurs (do dwóch miesięcy przed konkursem)	Każdy konkurs (do dwóch miesięcy po konkursie)	Zmiany zapisów LSR i dokumentów towarzyszących
1	Dyżury pracowników PLGD w celu udzielania podstawowych informacji nt. wsparcia możliwego do uzyskania w związku z wdrażaniem strategii	Liczba usług informacyjnych wz. podstawowych informacji nt. wsparcia możliwego do uzyskania w związku z wdrażaniem strategii	10	20	10	0	0	0
2	Emisja na stronie internetowej Stowarzyszenia PLGD informacji nt. uruchomienia naborów/konkursów i ich zasad	Liczba zamieszczonych informacji na stronie internetowej Stowarzyszenia PLGD informacji nt. uruchomienia naborów/konkursów i ich zasad	0	6	0	3	0	0
3	Emisja na profilu PLGD w portalu społecznościowym informacji nt. uruchomienia naborów/konkursów i ich zasad	Liczba zamieszczonych informacji w portalu społecznościowym Stowarzyszenia PLGD informacji nt. uruchomienia naborów/konkursów i ich zasad	0	6	0	3	0	0
4	Prezentacja przez przedstawicieli Stowarzyszenia PLGD informacji na temat strategii i związanej z nią możliwości rozwoju osób/podmiotów z obszaru PLGD w trakcie lokalnych wydarzeń, spotkań itp..	Liczba dokonanych prezentacji	4	5	2	0	0	0
5	Spotkania informacyjne prezentujące założenia strategii, jej cele, sposoby realizacji oraz harmonogram działań - w każdej gminie	Liczba przeprowadzonych spotkań informacyjnych prezentujących prezentujące założenia strategii, jej cele, sposoby realizacji oraz harmonogram działań - w każdej gminie	4	6	0	0	0	0
6	Ulotki informujące o wsparciu możliwym do uzyskania w ramach realizacji strategii (dystrybucja w każdej gminie PLGD)	Liczba rozdyskrebowanych ulotek	1200	600	0	0	0	0
7	Zamieszczanie informacji na stronach internetowych Stowarzyszenia PLGD na temat aktualnych wydarzeń związanych z realizacją strategii	Liczba zamieszczonych informacji dot. aktualnych wydarzeń	10	20	20	0	0	0
8	Zamieszczanie linków do informacji dotyczących ważnych wydarzeń związanych z realizacją strategii na portalach JST wchodzących w skład PLGD	Liczba informacji zamieszczonych na stronach www PLGD dot. ważnych wydarzeń związanych z realizacją strategii - zlinkowanych do JST	10	20	20	0	0	0
9	Zamieszczenie informacji o aktualnych wydarzeniach związanych z realizacją strategii na profilu Stowarzyszenia na portalu społecznościowym	Liczba informacji o aktualnych wydarzeniach związanych z realizacją strategii na profilu Stowarzyszenia zamieszczonych na portalu społecznościowym na temat realizacji strategii	10	20	20	0	0	0
10	Zamieszczanie informacji na stronach internetowych Stowarzyszenia PLGD na temat postępów w realizacji strategii	Liczba zamieszczonych informacji dot. postępów w strategii	0	4	0	0	0	0
11	Przekazywanie informacji na temat postępów w realizacji strategii na profilu Stowarzyszenia na portalu społecznościowym	Liczba informacji zamieszczonych na portalu społecznościowym PLGD dot. postępów w realizacji strategii	0	4	0	0	0	0
12	Przekazywanie informacji na temat postępów w realizacji strategii w trakcie spotkań bezpośrednich z mieszkańcami PLGD	Liczba spotkań z mieszkańcami w trakcie których przekazywano informacje na temat postępów w realizacji strategii	0	1	0	0	0	0
13	Artykuły prasowe w prasie lokalnej informujące o wsparciu uruchamianym w ramach strategii / konkursach	Liczba artykułów informujących o wsparciu uruchamianym w ramach strategii / konkursach	0	6	0	2	0	0
14	Dyżury pracowników PLGD w celu świadczenia doradztwa z zakresu ubiegania się o wsparcie możliwe do uzyskania w związku z wdrażaniem strategii	Liczba usług doradczych wyświadczonych w trakcie dyżurów	0	60	0	15	0	0
15	Prowadzenie spotkań informacyjno – konsultacyjnych z zakresu ubiegania się o wsparcie oferowane - w ramach każdego konkursu dla każdej z jego grup docelowych	Liczba zrealizowanych szkoleń	0	12	0	3	0	0
16	Emisja na stronie internetowej Stowarzyszenia PLGD informacji nt. wyników konkursów/naborów	Liczba zamieszczonych list z wynikami	0	6	0	0	1	0
17	Korespondencja mailowa do aplikujących	Liczba wysłanych maili	0	1000	0	0	30	0
18	Ankietyzacja beneficjentów wsparcia (konkursów)	Liczba ankiet zwróconych przez beneficjentów wsparcia	0	100	0	0	100	0
19	Spotkania informacyjne prezentujące stan realizacji strategii - w każdej gminie	Liczba przeprowadzonych spotkań informacyjnych prezentujących stan realizacji strategii - w każdej gminie	0	2	4	0	0	0
20	Spotkania z grupami defaworyzowanymi na temat zmian wywołanych realizacją strategii w tych grupach	Liczba spotkań z grupami defaworyzowanymi na temat zmian wywołanych realizacją strategii w tych grupach	0	2	4	0	0	0
21	Zamieszczanie informacji na stronach internetowych Stowarzyszenia PLGD na temat zmian założeń strategii	Liczba zamieszczonych informacji dot. zmian w strategii	0	4	0	0	0	1
22	Zamieszczanie linków do informacji dotyczących ważnych zmian w strategii na portalach JST wchodzących w skład PLGD	Liczba informacji zamieszczonych na stronach www PLGD dot. zmian w strategii - zlinkowanych do JST	0	4	0	0	0	0
23	Zamieszczenie informacji o zmianach strategii na profilu Stowarzyszenia na portalu społecznościowym	Liczba informacji zamieszczonych na portalu społecznościowym PLGD dot. zmian w strategii	0	4	0	0	0	0
24	Przekazywanie informacji na temat zmian w trakcie spotkań bezpośrednich z mieszkańcami PLGD	Liczba spotkań z mieszkańcami w trakcie których przekazywano informacje na temat zmian w strategii	0	4	0	0	0	1
25	Ankiety oceniające jakość doradztwa	Liczba zwróconych ankiet oceniających jakość doradztwa	0	100	0	0	0	0
26	Ankiety oceniające jakość spotkań informacyjnych	Liczba zwróconych ankiet oceniających jakość spotkań informacyjnych	0	100	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne

Tabela 23 Plan komunikacji - harmonogram półroczny i cele

Cel komunikacji	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	
	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022	2023	2023	
I. Wzrost wiedzy mieszkańców PLGD oraz grup docelowych, w tym defaworyzowanych na temat LGD i instrumentów, którymi dysponuje w ramach uruchamianej strategii Komunikowanie mieszkańcom obszaru PLGD postępów w realizacji strategii																	
IIa. Maksymalizacja efektu, polegającego na aplikowaniu o wsparcie uruchamiane w ramach RLKS dobrze przygotowanych przez dobrze przygotowane osoby/podmioty, składające wysokiej jakości aplikacje Podniesienie kompetencji wnioskodawców, mogących być beneficjentami konkursów ogłaszanych w ramach wdrażania strategii, w sposób umożliwiający im skuteczne aplikowanie o wsparcie																	
IIb. Poinformowanie aplikujących o wynikach konkursów																	
III. Pozyskanie informacji i opinii, umożliwiających aktualizację strategii Aktywny udział mieszkańców obszaru PLGD we wprowadzaniu zmian do strategii Pozyskanie informacji i opinii mieszkańców PLGD, przedstawicieli grup docelowych, w tym grup defaworyzowanych odnośnie skuteczności realizacji strategii lub przeszkód w jej realizacji Pozyskanie informacji zasilających proces podsumowania realizacji strategii																	
IV. Weryfikacja jakości podejmowanych działań komunikacyjnych Weryfikacja jakości podejmowanych działań doradczych																	

Źródło: opracowanie własne

Jak wynika z powyższego zestawienia, cel IV odnosi się bezpośrednio do kwestii doskonalenia działań – komunikacyjnych. Działania związane z realizacją tego celu (scharakteryzowane szczegółowo w dwóch wcześniejszych tabelach), wskazują na możliwość wprowadzania zmian do procesów komunikacyjnych (korygowanie planu komunikacji) w oparciu o uzyskane wyniki badań ankietowych.

Z kolei wszystkie pozostałe cele, ze szczególnym uwzględnieniem celu III - wpisują się w obszar, jakim jest doskonalenie samej strategii i towarzyszących jej dokumentów (np. kryteriów wyboru itp.). Założenia metod przewidzianych do wykorzystania dla potrzeb tego procesu, zostały zaprezentowane w uprzednich trzech tabelach.