|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 2018** | ONLINE(aktualizowanie www, obsługa social media, newsletter) | Liczba stron internetowych LGD : 1 | Bezkosztowo | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,młodzież, seniorzy,osoby niepełnosprawne, wszystkie grupy defaworyzowane | - strona internetowa LGD,- strony internetowe urzędów, lokalnych stowarzyszeń, przedsiębiorców,- portale społecznościowe- newsletter | Bieżąca aktualizacja treści na stronie www, opracowanie i regularna wysyłka newslettera, stworzenie wersji strony www dostosowanej do potrzeb osób niedowidzących. Wykorzystanie zapewni przystępny dostęp do informacji osobom młodym funkcjonującym w przestrzeni internetowej (social media) oraz umożliwi dotarcie do informacji wszystkim nie mogącym opuścić miejsca zamieszkania, m.in. grupom seniorów i niepełnosprawnych | Informacje zawarte na portalach społecznościowych oraz stronie internetowej są ogólnodostępne, wzrost osób poinformowanych o działaniach PROW2014-2020. | Operacja bezkosztowa |
| SPOTKANIA INFROMACYJNE(doradztwo w biurze LGD,~~ankietowanie uczestników,~~~~spotkania członków stowarzyszenia,~~udział w wydarzeniach społeczności lokalnej | Planowana realizacja wskaźnika: Liczba osób/podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa: 15 | Bezkosztowo | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,wszystkie grupy defaworyzowane, | informacje dostępne wgminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja spotkań informacyjnych zarównow biurze, jak i w terenie. Spotkania pozwalają na przeprowadzenienajskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, pozwolą na nawiązanie relacji i wesprą budowanie zaufania.  | Informacja zwrotna w zakresie podejmowanych działań umożliwi weryfikacje jakości oraz celowości podejmowanych działań. Działaniem komunikacyjnym objęci wszyscy potencjalni Beneficjenci w tym również osoby sklasyfikowane jako defaworyzowane. Ewentualne sugestie pozwolą na weryfikację w tym samoocenę działalności. | Operacja bezkosztowa. |
| SZKOLENIA WEWNĘTRZNEInne szkolenia niezbędne do prawidłowej realizacji LSRszkolenia dla pracowników biura  | Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD: 5 | Bezkosztowo | pracownicy biura | - mailing z zaproszeniem na szkolenie, | Udział w innych szkoleniach niezbędnych do prawidłowej realizacji LSR. Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat nowej perspektywy wszystkim pracownikom LGD, usprawnią pracę biura LGD | Informacja nt. bieżących przepisów, wytycznych oraz dobrych praktyk wpłynie na wzrost umiejętności w zakresie wdrażania LSR. Wzrost kompetencji kadry wdrążającej ma bezpośrednie przełożenie na jakość oceny oraz doradztwa. | Operacja bezkosztowa. |
| SZKOLENIA ZEWNĘTRZNEszkolenia z pisania projektów | Liczba osób przeszkolonych: 80 | 7 000,00 | potencjalni wnioskodawcy, | - informacje dostępne w gminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja szkoleń dla beneficjentów funduszy z LGD. Szkolenia pozwalają na przeprowadzenie najskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, ich przeprowadzenie bezpośrednio wpłynie na jakość i ilość składanych projektów. | Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę niezbędną do realizacji założeń PROW 2014-2020 | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne |
|  | INFORMOWANIE POPRZEZ MEDIA LOKALNE(artykuł w prasie lokalnej, internecie) | Liczba wydanych, opracowanych publikacji i materiałów informacyjno-promocyjnych: 1 | 2.000,00 | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,wszystkie grupy defaworyzowane, | Prasa lokalna, internet | Zamieszczenie przynajmniej jednej informacji dotyczącej każdego kolejnego rozpoczętego naboru w lokalnych mediach o zasięgu pokrywającym się z obszarem działania LGD (prasa, radio, TV, internet), z uwzględnieniem wszelkich informacji na temat sposobów i terminu składania wniosków.Kampania zagwarantuje szeroki zasięg w miejscach, które są często odwiedzane przez mieszkańców (wszystkie grupy docelowe). | Informacja zawarta w lokalnych mediach jest ogólnodostępna, dociera do szerokiego grona czytelników, wzrost osób poinformowanych o działaniach PROW2014-2020Aktualna informacja natemat działalności LGD, zakładanych środkach finansowych, naborach wniosków oraz możliwości aplikowania stanowi podstawę wdrażania LSR Leader PROW 2014-2020 oraz LSR, które dotrze do szerokiego grona mieszkańców(w tym także osób defaworyzowanych jako potencjalnych nabywców gazety lokalnej) | Koszt oszacowany na podstawie dotychczasowej działalności Stowarzyszenia przy uwzględnieniu odbiorców prasy lokalnej / nakładu |
| PROMOCJA LGD na targach międzynarodowych | Liczba uczestników wydarzeń promocyjnych, na których promowano działalność LGD i obszar LSR:50 000Liczba wydarzeń promocyjnych, na których promowano działalność LGD i obszar LSR:1 | 10 000,00 | Odbiorcy wydarzeń promocyjnych. Odwiedzający stoisko promocyjne LGD. | Informacje dostępne wgminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja stoiska promocyjnego LGD na targach międzynarodowych. Organizacja stoiska pozwalali na przeprowadzenienajskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, pozwoli na nawiązanie relacji.      | Informacja zwrotna w zakresie podejmowanych działań umożliwi weryfikacje jakości oraz celowości podejmowanych działań. Działaniem komunikacyjnym objęci wszyscy odwiedzający stoisko promocyjne LGD. Ewentualne sugestie pozwolą na weryfikację w tym samoocenę działalności. | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia nocleg, delegacje, transport osób uczestniczących w wydarzeniu.  |
|  | ~~SZKOLENIA WEWNĘTRZNE~~~~szkolenia z oceny projektów dla Rady~~~~Inne szkolenia niezbędne do prawidłowej realizacji LSR~~~~szkolenia dla~~ ~~pracowników biura~~  | ~~Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD:~~~~35~~~~Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD: 5~~ | ~~9 000,00~~ | ~~członkowie Rady i pracownicy biura~~~~pracownicy biura~~ | ~~- mailing z zaproszeniem na szkolenie,~~ | ~~Organizacja szkoleń z procedury oceny wniosków.~~~~Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat oceny wniosków wszystkim członkom Rady, ułatwią weryfikację wniosków.~~~~Udział w innych szkoleniach niezbędnych do prawidłowej realizacji LSR.~~ ~~Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat nowej perspektywy wszystkim pracownikom LGD, usprawnią pracę biura LGD~~ | ~~Informacja nt. bieżących przepisów, wytycznych oraz dobrych praktyk wpłynie na wzrost umiejętności w zakresie wdrażania LSR. Wzrost kompetencji kadry wdrążającej ma bezpośrednie przełożenie na jakość oceny oraz doradztwa.~~ | ~~Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne~~ |
| **II KWARTAŁ 2018** | ~~MATERIAŁY DRUKOWANE~~~~(np. ulotki, foldery, plakaty, roll-up,~~~~drobne gadżety)~~ | ~~Liczba wydanych, opracowanych publikacji i materiałów informacyjno-promocyjnych: 3~~ | ~~11.000,00~~ | ~~potencjalni wnioskodawcy,~~~~społeczność lokalna,~~~~wszystkie grupy defaworyzowane~~ | ~~- informacje eksponowane w gablotach instytucji publicznych (Urzędy, GOK), materiały rozdysponowywane będą w trakcie spotkań, szkoleń itp.~~ | ~~Przygotowanie i rozmieszczenie plakatów oraz ulotek informacyjnych, folderów oraz gadżetów nt. działalności LGD, realizowanych projektów, naborów itp. Kampania zagwarantuje szeroki zasięg w miejscach, które są często odwiedzane przez mieszkańców (wszystkie grupy docelowe).~~ | ~~Informacja o obszarze funkcjonowania LGD Ślężanie i realizowanych przez organizację działań w tym działalności LGD , PROW, LSR na lata 2016-2023 zostaje skierowana bezpośrednio do mieszkańców i turystów (w tym gronie również de faworyzowanych) Publikacje zostają przekazane również do instytucji publicznych - miejsc szczególnie istotnych ze względu na wysokie natężenie ruchu mieszkańców w tym osób z grup defaworyzowanych.~~~~Ulotki, foldery, plakaty, gadżety są ogólnodostępne, docierają do szerokiego grona mieszkańców poprzez dystrybucję do gmin obszaru LGD.~~ | ~~Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców.~~~~Koszty materiałów drukowanych przyjęto szacunkowo, wykonawcy zostaną wyłonieni na podstawie zapytań ofertowych rozsyłanych do kilku firm.~~ |
| ONLINE(aktualizowanie www, obsługa social media, newsletter) | Liczba stron internetowych LGD : 1 | Bez kosztowo | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,młodzież, seniorzy,osoby niepełnosprawne, wszystkie grupy defaworyzowane | - strona internetowa LGD,- strony internetowe urzędów, lokalnych stowarzyszeń, przedsiębiorców,- portale społecznościowe- newsletter | Bieżąca aktualizacja treści na stronie www, opracowanie i regularna wysyłka newslettera, stworzenie wersji strony www dostosowanej do potrzeb osób niedowidzących. Wykorzystanie zapewni przystępny dostęp do informacji osobom młodym funkcjonującym w przestrzeni internetowej (social media) oraz umożliwi dotarcie do informacji wszystkim nie mogącym opuścić miejsca zamieszkania, m.in. grupom seniorów i niepełnosprawnych | Informacje zawarte na portalach społecznościowych oraz stronie internetowej są ogólnodostępne, wzrost osób poinformowanych o działaniach PROW2014-2020. | Operacja bezkosztowa |
| SPOTKANIA INFROMACYJNE(doradztwo w biurze LGD,~~zatrudnienie specjalisty do doradztwa,~~~~ankietowanie uczestników,~~~~spotkania członków stowarzyszenia~~, | Planowana realizacja wskaźnika: Liczba osób/podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa: 15 | Bez kosztowo | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,wszystkie grupy defaworyzowane, | informacje dostępne wgminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja spotkań informacyjnych zarównow biurze, jak i w terenie. Spotkania pozwalają na przeprowadzenienajskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, pozwolą na nawiązanie relacji i wesprą budowanie zaufania.  | Informacja zwrotna w zakresie podejmowanych działań umożliwi weryfikacje jakości oraz celowości podejmowanych działań. Działaniem komunikacyjnym objęci wszyscy potencjalni Beneficjenci w tym również osoby sklasyfikowane jako defaworyzowane. Ewentualne sugestie pozwolą na weryfikację w tym samoocenę działalności. | Operacja bezkosztowa |
| SZKOLENIA ZEWNĘTRZNEszkolenia z pisania projektów | Liczba osób przeszkolonych: 80 | 7 000,00 | potencjalni wnioskodawcy, | - informacje dostępne w gminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja szkoleń dla beneficjentów funduszy z LGD. Szkolenia pozwalają na przeprowadzenie najskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, ich przeprowadzenie bezpośrednio wpłynie na jakość i ilość składanych projektów. | Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę niezbędną do realizacji założeń PROW 2014-2020 | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne |
|  | SZKOLENIA WEWNĘTRZNEszkolenia z oceny projektów dla RadyInne szkolenia niezbędne do prawidłowej realizacji LSRszkolenia dla pracowników biura  | Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD:13Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD: 10 | 2 000,00 | członkowie Rady i pracownicy biurapracownicy biura | - mailing z zaproszeniem na szkolenie, | Organizacja szkoleń z procedury oceny wniosków.Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat oceny wniosków wszystkim członkom Rady, ułatwią weryfikację wniosków.Udział w innych szkoleniach niezbędnych do prawidłowej realizacji LSR. Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat nowej perspektywy wszystkim pracownikom LGD, usprawnią pracę biura LGD | Informacja nt. bieżących przepisów, wytycznych oraz dobrych praktyk wpłynie na wzrost umiejętności w zakresie wdrażania LSR. Wzrost kompetencji kadry wdrążającej ma bezpośrednie przełożenie na jakość oceny oraz doradztwa. | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne |
| **III KWARTAŁ 2018** | ONLINE(aktualizowanie www, obsługa social media, newsletter) | Liczba stron internetowych LGD : 1 | Bez kosztowo | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,młodzież, seniorzy,osoby niepełnosprawne, wszystkie grupy defaworyzowane | - strona internetowa LGD,- strony internetowe urzędów, lokalnych stowarzyszeń, przedsiębiorców,- portale społecznościowe- newsletter | Bieżąca aktualizacja treści na stronie www, opracowanie i regularna wysyłka newslettera, stworzenie wersji strony www dostosowanej do potrzeb osób niedowidzących. Wykorzystanie zapewni przystępny dostęp do informacji osobom młodym funkcjonującym w przestrzeni internetowej (social media) oraz umożliwi dotarcie do informacji wszystkim nie mogącym opuścić miejsca zamieszkania, m.in. grupom seniorów i niepełnosprawnych | Informacje zawarte na portalach społecznościowych oraz stronie internetowej są ogólnodostępne, wzrost osób poinformowanych o działaniach PROW2014-2020. | Operacja bezkosztowa |
| ~~INFORMOWANIE POPRZEZ MEDIA LOKALNE~~~~(artykuł w prasie lokalnej, internet)~~ | ~~Liczba wydanych, opracowanych publikacji i materiałów informacyjno-promocyjnych: 1~~ | ~~2.000,00~~ | ~~potencjalni wnioskodawcy,~~~~społeczność lokalna,~~~~wszystkie grupy defaworyzowane,~~ | ~~Prasa lokalna, internet~~ | ~~Zamieszczenie przynajmniej jednej informacji dotyczącej każdego kolejnego rozpoczętego naboru w lokalnych mediach o zasięgu pokrywającym się z obszarem działania LGD (prasa, radio, TV, internet), z uwzględnieniem wszelkich informacji na temat sposobów i terminu składania wniosków.~~~~Kampania zagwarantuje szeroki zasięg w miejscach, które są często odwiedzane przez mieszkańców (wszystkie grupy docelowe).~~ | ~~Informacja zawarta w lokalnych mediach jest ogólnodostępna, dociera do szerokiego grona czytelników, wzrost osób poinformowanych o działaniach PROW2014-2020~~~~Aktualna informacja na~~~~temat działalności LGD, zakładanych środkach finansowych, naborach wniosków oraz możliwości aplikowania stanowi podstawę wdrażania LSR Leader PROW 2014-2020 oraz LSR, które dotrze do szerokiego grona mieszkańców~~~~(w tym także osób defaworyzowanych jako potencjalnych nabywców gazety lokalnej)~~ | ~~Koszt oszacowany na podstawie dotychczasowej działalności Stowarzyszenia przy uwzględnieniu odbiorców prasy lokalnej / nakładu~~ |
| SPOTKANIA INFROMACYJNE(doradztwo w biurze LGD,zatrudnienie specjalisty do doradztwa,ankietowanie uczestników,spotkania w terenie,spotkania informacyjne,spotkania członków stowarzyszenia,udział w wydarzeniach społeczności lokalnej | ~~Planowana realizacja wskaźnika: Liczba osób/podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa:~~ ~~15~~Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami:~~8, 4~~ | ~~2 000,00~~bezkosztowo | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,wszystkie grupy defaworyzowane, | informacje dostępne wgminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja spotkań informacyjnych zarównow biurze, jak i w terenie. Spotkania pozwalają na przeprowadzenienajskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, pozwolą na nawiązanie relacji i wesprą budowanie zaufania.      | Informacja na temat zasad, warunków oraz wytycznych dot. aplikowania o środki przewidziane w LSR wpłynie na wzrost zainteresowania oraz kompetencji w zakresie aplikowania oraz wdrażania operacji przez potencjalnych Beneficjentów. Zakłada się udział w spotkaniach osób sklasyfikowanych jako defaworyzowane.Informacja zwrotna w zakresie podejmowanych działań umożliwi weryfikacje jakości oraz celowości podejmowanych działań. Działaniem komunikacyjnym objęci wszyscy potencjalni Beneficjenci w tym również osoby sklasyfikowane jako defaworyzowane. Ewentualne sugestie pozwolą na weryfikację w tym samoocenę działalności. | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne |
| SZKOLENIA WEWNĘTRZNEInne szkolenia niezbędne do prawidłowej realizacji LSRszkolenia dla pracowników biura  | Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD:  ~~5,~~ 1 | Bezkosztowo | pracownicy biura | - mailing z zaproszeniem na szkolenie, | Udział w innych szkoleniach niezbędnych do prawidłowej realizacji LSR. Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat nowej perspektywy wszystkim pracownikom LGD, usprawnią pracę biura LGD | Informacja nt. bieżących przepisów, wytycznych oraz dobrych praktyk wpłynie na wzrost umiejętności w zakresie wdrażania LSR. Wzrost kompetencji kadry wdrążającej ma bezpośrednie przełożenie na jakość oceny oraz doradztwa. | Operacja bezkosztowa. |
| ~~SZKOLENIA ZEWNĘTRZNE~~~~szkolenia z pisania projektów~~ | ~~Liczba osób przeszkolonych: 80~~ | ~~7 000,00~~ | ~~potencjalni wnioskodawcy,~~ | ~~- informacje dostępne w gminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www~~ | ~~Organizacja szkoleń dla beneficjentów funduszy z LGD. Szkolenia pozwalają na przeprowadzenie najskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, ich przeprowadzenie bezpośrednio wpłynie na jakość i ilość składanych projektów.~~ | ~~Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę niezbędną do realizacji założeń PROW 2014-2020~~ | ~~Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne~~ |
| MATERIAŁY DRUKOWANE(np. ulotki, foldery, plakaty, roll-up,drobne gadżety) | Liczba wydanych, opracowanych publikacji i materiałów informacyjno-promocyjnych: 3 | 11.000,00 | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,wszystkie grupy defaworyzowane | - informacje eksponowane w gablotach instytucji publicznych (Urzędy, GOK), materiały rozdysponowywane będą w trakcie spotkań, szkoleń itp. | Przygotowanie i rozmieszczenie plakatów oraz ulotek informacyjnych, folderów oraz gadżetów nt. działalności LGD, realizowanych projektów, naborów itp. Kampania zagwarantuje szeroki zasięg w miejscach, które są często odwiedzane przez mieszkańców (wszystkie grupy docelowe). | Informacja o obszarze funkcjonowania LGD Ślężanie i realizowanych przez organizację działań w tym działalności LGD , PROW, LSR na lata 2016-2023 zostaje skierowana bezpośrednio do mieszkańców i turystów (w tym gronie również de faworyzowanych) Publikacje zostają przekazane również do instytucji publicznych - miejsc szczególnie istotnych ze względu na wysokie natężenie ruchu mieszkańców w tym osób z grup defaworyzowanych.Ulotki, foldery, plakaty, gadżety są ogólnodostępne, docierają do szerokiego grona mieszkańców poprzez dystrybucję do gmin obszaru LGD. | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców.Koszty materiałów drukowanych przyjęto szacunkowo, wykonawcy zostaną wyłonieni na podstawie zapytań ofertowych rozsyłanych do kilku firm. |
| **IV****KWARTAŁ 2018** | ONLINE(aktualizowanie www, obsługa social media, newsletter) | Liczba stron internetowych LGD : 1 | Bez kosztowo | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,młodzież, seniorzy,osoby niepełnosprawne, wszystkie grupy defaworyzowane | - strona internetowa LGD,- strony internetowe urzędów, lokalnych stowarzyszeń, przedsiębiorców,- portale społecznościowe- newsletter | Bieżąca aktualizacja treści na stronie www, opracowanie i regularna wysyłka newslettera, stworzenie wersji strony www dostosowanej do potrzeb osób niedowidzących. Wykorzystanie zapewni przystępny dostęp do informacji osobom młodym funkcjonującym w przestrzeni internetowej (social media) oraz umożliwi dotarcie do informacji wszystkim nie mogącym opuścić miejsca zamieszkania, m.in. grupom seniorów i niepełnosprawnych | Informacje zawarte na portalach społecznościowych oraz stronie internetowej są ogólnodostępne, wzrost osób poinformowanych o działaniach PROW2014-2020. | Operacja bezkosztowa |
| SPOTKANIA INFROMACYJNE(doradztwo w biurze LGD,zatrudnienie specjalisty do doradztwa,ankietowanie uczestników,spotkania członków stowarzyszenia,udział w wydarzeniach społeczności lokalnej | Planowana realizacja wskaźnika: Liczba osób/podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa: 15 + 15 =30Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami:4 | 2 000,00 | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,wszystkie grupy defaworyzowane, | informacje dostępne wgminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja spotkań informacyjnych zarównow biurze, jak i w terenie. Spotkania pozwalają na przeprowadzenienajskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, pozwolą na nawiązanie relacji i wesprą budowanie zaufania.  | Informacja zwrotna w zakresie podejmowanych działań umożliwi weryfikacje jakości oraz celowości podejmowanych działań. Działaniem komunikacyjnym objęci wszyscy potencjalni Beneficjenci w tym również osoby sklasyfikowane jako defaworyzowane. Ewentualne sugestie pozwolą na weryfikację w tym samoocenę działalności. | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne |
| SZKOLENIA WEWNĘTRZNEszkolenia z oceny projektów dla RadyInne szkolenia niezbędne do prawidłowej realizacji LSRszkolenia dla pracowników biura  | Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD:~~35~~ 24Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD: ~~9~~ 6 | ~~9 000,00~~1 000,00 | członkowie Rady i pracownicy biurapracownicy biura | - mailing z zaproszeniem na szkolenie, | Organizacja szkoleń z procedury oceny wniosków.Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat oceny wniosków wszystkim członkom Rady, ułatwią weryfikację wniosków.Udział w innych szkoleniach niezbędnych do prawidłowej realizacji LSR. Szkolenia zagwarantują równy poziom wiedzy na temat nowej perspektywy wszystkim pracownikom LGD, usprawnią pracę biura LGD | Informacja nt. bieżących przepisów, wytycznych oraz dobrych praktyk wpłynie na wzrost umiejętności w zakresie wdrażania LSR. Wzrost kompetencji kadry wdrążającej ma bezpośrednie przełożenie na jakość oceny oraz doradztwa. | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne |
| INFORMOWANIE POPRZEZ MEDIA LOKALNE(artykuł w prasie lokalnej, internet) | Liczba wydanych, opracowanych publikacji i materiałów informacyjno-promocyjnych: 1 | 2.000,00 | potencjalni wnioskodawcy,społeczność lokalna,wszystkie grupy defaworyzowane, | Prasa lokalna, internet | Zamieszczenie przynajmniej jednej informacji dotyczącej każdego kolejnego rozpoczętego naboru w lokalnych mediach o zasięgu pokrywającym się z obszarem działania LGD (prasa, radio, TV, internet), z uwzględnieniem wszelkich informacji na temat sposobów i terminu składania wniosków.Kampania zagwarantuje szeroki zasięg w miejscach, które są często odwiedzane przez mieszkańców (wszystkie grupy docelowe). | Informacja zawarta w lokalnych mediach jest ogólnodostępna, dociera do szerokiego grona czytelników, wzrost osób poinformowanych o działaniach PROW2014-2020Aktualna informacja natemat działalności LGD, zakładanych środkach finansowych, naborach wniosków oraz możliwości aplikowania stanowi podstawę wdrażania LSR Leader PROW 2014-2020 oraz LSR, które dotrze do szerokiego grona mieszkańców(w tym także osób defaworyzowanych jako potencjalnych nabywców gazety lokalnej) | Koszt oszacowany na podstawie dotychczasowej działalności Stowarzyszenia przy uwzględnieniu odbiorców prasy lokalnej / nakładu |
| SZKOLENIA ZEWNĘTRZNEszkolenia z pisania projektów | Liczba osób przeszkolonych: ~~80~~ 60 | ~~7 000,00~~1 000,00 | potencjalni wnioskodawcy, | - informacje dostępne w gminach, miejscach spotkań, w biurze LGD, na stronie www | Organizacja szkoleń dla beneficjentów funduszy z LGD. Szkolenia pozwalają na przeprowadzenie najskuteczniejszej komunikacji dwukierunkowej, ich przeprowadzenie bezpośrednio wpłynie na jakość i ilość składanych projektów. | Uczestnicy szkolenia zdobędą wiedzę niezbędną do realizacji założeń PROW 2014-2020 | Koszt oszacowany przy uwzględnieniu dotychczasowej działalności Stowarzyszenia oraz założeń projektu oraz ilości odbiorców. Koszt uwzględnia wynagrodzenia szkoleniowca/specjalisty, wyżywienie, wynajęcie sali i materiały dydaktyczne |