

Plan komunikacji – 2016 rok

Tabela - Plan komunikacji.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Budżet	Rezultaty
II poł. 2016	Poinformowanie społeczności lokalnej o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020.	Społeczność Lokalna z obszaru LSR, w której zawierają się wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym partnerzy Stowarzyszenia.	- artykuły w prasie lokalnej (artykuły sponsorowane na 1 stronę gazety)	2 artykuły	5 000 PLN	Dotarcie do wszystkich potencjalnych wnioskodawców poprzez zastosowanie szerokiego spektrum środków przekazu i osiągnięcie przyporządkowanych im wskaźników jako odniesienie do założonego celu komunikacji.
				- ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy gmin, PUP),	5 ogłoszeń	Bezpłatnie	
				- artykuły na stronach internetowych (Stowarzyszenie, urzędy gmin, Starostwo Powiatowe),	6 artykułów	Bezpłatnie	
				- spotkania tematyczne (po 1 spotkaniu w każdej z gmin),	4 spotkania	2 000 PLN	
				- ulotki informacyjne (2 000 sztuk) i inne materiały informacyjne (papier firmowy, teczki, notesy, małe notesy, długopisy, torby materiałowe, torby papierowe, breloki do kluczy, kalendarze, koperty, wizytówki itp.)	5 700 sztuk	35 000 PLN	
				- informacja w mediach społecznościowych	1 post	Bezpłatnie	

II poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów wyboru używanych przez Radę Stowarzyszenia.	Spotkanie nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez Stowarzyszenie.	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: bezrobotni, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, przedstawiciele j.s.f.p. a także mieszkańcy obszaru LSR i partnerzy Stowarzyszenia.	- prezentacja członków organu decyzyjnego w trakcie spotkania,	1 spotkanie	1 000 PLN	Dotarcie do wszystkich potencjalnych wnioskodawców poprzez zastosowanie szerokiego spektrum środków przekazu i osiągnięcie przyporządkowanych im wskaźników jako odniesienie do założonego celu komunikacji.
				- ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu, ponadto dostępna w biurze Stowarzyszenia.	500 sztuk ulotek	2 000 PLN	
II poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców z grupy defaworyzowanej ze względu na dostęp do rynku pracy o możliwości uzyskania dofinansowania na podjęcie działalności gospodarczej i o obowiązujących kryteriach wyboru w ramach LSR.	Spotkanie nt. zasad udzielania premii na rozpoczęcie działalności gospodarczej i kryteriów wyboru operacji.	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy z grupy bezrobotnych w wieku do 44 lat z obszaru LSR.	- prezentacja multimedialna,	1 spotkanie	1 000 PLN	Dotarcie do wszystkich potencjalnych beneficjentów poprzez zastosowanie szerokiego spektrum środków przekazu i osiągnięcie przyporządkowanych im wskaźników jako odniesienie do założonego celu komunikacji.