

Harmonogram realizacji planu komunikacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Ziemi Człuchowskiej w 2025 roku

działanie komunikacyjne	narzędzia i środki przekazu	termin	wskaźnik produktu		wskaźnik rezultatu		źródła pomiaru wskaźników	kwota	uzasadnienie
			nazwa	wartość	nazwa	wartość			
Cel komunikacji I.1 Zwiększenie rozpoznawalności LGD Ziemi Człuchowskiej wśród mieszkańców obszaru, promocja działań i dobrych praktyk									
Kampania informacyjno-promocyjna nt. działania LGD i wdrażania LSR	- publikacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - publikacje na stronach internetowych gmin - posty na portalach społecznościowych (Facebook, Instagram) - zamieszczenie informacji w mediach lokalnych (radio, gazeta internetowa) - reklamy wewnętrzne (m.in. ścianki modułowe)	styczeń - grudzień 2025	- liczba zamieszczonych publikacji, postów	14	- liczba odbiorców, którzy zapoznali się z zamieszczonymi informacjami/ postami	700	- monitoring udostępnień zamieszczonych informacji, postów na portalach społecznościowych - statystyka profilu społecznościowego LGD oraz wzrost obserwujących - statystyka odsłon oficjalnej strony internetowej LGD (na podstawie Google Analytics)	0,00 zł	działanie komunikacyjne nie wymagające angażowania dodatkowych środków
Cel komunikacji I.2 Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o działaniach LGD i LSR									
Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca planowanych konkursów oraz możliwości otrzymania wsparcia finansowego	- publikacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - publikacje na stronach internetowych gmin - posty na portalach społecznościowych (Facebook, Instagram) - zamieszczenie informacji w mediach lokalnych (radio, gazeta internetowa) - mailing	styczeń - grudzień 2025	- liczba zamieszczonych publikacji/ postów - liczba umieszczonych informacji w mediach lokalnych	14 6	- liczba odbiorców, którzy zapoznali się z zamieszczonymi informacjami/ postami - liczba odbiorców audycji/ informacji umieszczonych w mediach lokalnych	700 6 000	- monitoring udostępnień zamieszczonych informacji, postów na portalach społecznościowych - statystyka profilu społecznościowego LGD oraz wzrost obserwujących - statystyka odsłon oficjalnej strony internetowej LGD (na podstawie Google Analytics) - zasięg mediów lokalnych	3 000,00 zł	wywiady/ artykuły sponsorowane w lokalnych mediach
Cel komunikacji I.3 Aktywizowanie społeczności lokalnej, zachęcenie do aktywnego uczestnictwa w rozwoju obszaru oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród potencjalnych wnioskodawców (w tym grup szczególnie istotnych z punktu widzenia realizacji LSR), na temat warunków i trybu przyznawania pomocy oraz realizacji i rozliczania operacji									
Spotkania informacyjne/ szkolenia/ warsztaty dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczania operacji	- spotkania infromacyjne/ szkolenia/ warsztaty - ekologiczne materiały szkoleniowe dla uczestników spotkań/ szkoleń/ warsztatów	styczeń - grudzień 2025	- liczba spotkań/ szkoleń/ warsztatów	9	- liczba uczestników spotkań/ szkoleń/ warsztatów	90	- listy obecności	630,00 zł	bufet kawowy podczas spotkań (cieple i zimne napoje, susz szkoleniowy)
Bezpośrednie doradztwo	- bezpośrednie doradztwo prowadzone w biurze	styczeń - grudzień 2025	- liczba udzielonego doradztwa	50	- liczba osób, które zwiększyły swoją wiedzę w wyniku udzielonego doradztwa	50	- rejestr udzielonego doradztwa - ankiety badające jakość udzielonego doradztwa	0,00 zł	działanie komunikacyjne nie wymagające angażowania dodatkowych środków
Cel komunikacji I.4. Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości prowadzonych działań informacyjno-szkoleniowych oraz doradztwa									
Badanie jakości i efektywności przeprowadzonych działań informacyjnych i udzielanego doradztwa	- ankiety wypełnione po spotkaniach/ szkoleniach/ warsztatach; - badanie jakości udzielonego doradztwa (karta doradztwa)	styczeń - grudzień 2025	- liczba badań ankietowych	9	- liczba osób biorących udział w badaniach ankietowych	90	- ankiety wypełnione przez uczestników spotkań/ szkoleń/ warsztatów - ankiety badające jakość udzielonego doradztwa	0,00 zł	działanie komunikacyjne nie wymagające angażowania dodatkowych środków
			- liczba badań jakości udzielonego doradztwa	50	- liczba osób, które dokonały pozytywnej oceny udzielonego doradztwa	40			