

Termin	Cel działań komunikacyjnych	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty działań komunikacyjnych
2016-2023	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR	Kampania informacyjno-promocyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o głównych założeniach LSR	Wszyscy mieszkańcy obszaru objętego LGD oraz organizacje i instytucje działające na obszarze lub na rzecz obszaru objętego LSR	<ul style="list-style-type: none"> • Strony internetowe i portale społecznościowe • Mailing • Tablice informacyjne • Informacja prasowa • Informacja radiowa • Spotkania informacyjne • Materiały informacyjno-promocyjne (plakaty, ulotki) • eventy 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba informacji prasie lokalnej: 12 • liczba informacji na stronach internetowych i portalach społecznościowych: 60 • liczba ogłoszeń na tablicach: 20 • liczba plakatów: 200 • liczba newsletterów: 100 • liczba ulotek: 3000 • liczba eventów podczas których zaprezentowana będzie LGD: 6 • liczba informacji radiowych: 20 • liczba spotkań informacyjnych: 20 	<ul style="list-style-type: none"> • Wzrost świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD • Zaktywizowanie społeczności lokalnej do podejmowania przedsięwzięć w ramach LSR
2016-2023	Włączenie społeczności lokalnej w realizację LSR	Animacja społeczności lokalnej	Wszyscy mieszkańcy obszaru objętego LGD oraz organizacje i instytucje działające na obszarze lub na rzecz obszaru objętego LSR	<ul style="list-style-type: none"> • Strony internetowe • Mailing • Tablice informacyjne • Informacja prasowa • Informacja radiowa • Spotkania informacyjne • Materiały informacyjno-promocyjne (plakaty, ulotki) • Spotkania informacyjne 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba informacji prasie lokalnej: 12 • liczba informacji na stronach internetowych i portalach społecznościowych: 60 • liczba ogłoszeń na tablicach: 20 • liczba plakatów: 200 • liczba newsletterów: 100 • liczba ulotek: 3000 • liczba imprez: 6 • liczba informacji radiowych: 20 • liczba spotkań informacyjnych: 20 	<ul style="list-style-type: none"> • Zaktywizowanie społeczności lokalnej do podejmowania przedsięwzięć w ramach LSR • Wyłonienie lokalnych liderów • Wzrost liczby inicjatyw lokalnych
2016-2023	Uświadomienie społeczności lokalnej o celach oraz zasadach działania LGD i wdrażania LSR	Kampania informacyjno-promocyjna o zasadach funkcjonowania LGD i wdrażaniu LSR Animacja społeczności lokalnej	Wszyscy mieszkańcy obszaru objętego LGD oraz organizacje i instytucje działające na obszarze lub na rzecz obszaru objętego LSR	<ul style="list-style-type: none"> • Strony internetowe • Mailing • Informacja prasowa • Informacja radiowa • Spotkania informacyjne 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba informacji prasie lokalnej: 12 • liczba informacji na stronach internetowych i portalach społecznościowych: 60 • liczba newsletterów: 100 • liczba informacji radiowych: 20 • liczba spotkań informacyjnych: 20 	<ul style="list-style-type: none"> • Zaktywizowanie społeczności lokalnej do podejmowania przedsięwzięć w ramach LSR • Wzrost liczby inicjatyw lokalnych • Zwiększenie umiejętności przygotowywania wniosków aplikacyjnych
2016-2022	Zachęcenie społeczności lokalnej do składania projektów odpowiadających celom LSR	Animacja społeczności lokalnej Kampania informacyjno-promocyjna o celach LGD i ogłaszanych konkursach	Wszyscy potencjalnie beneficjenci	<ul style="list-style-type: none"> • Spotkania informacyjne • Warsztaty • mailing 	<ul style="list-style-type: none"> • liczba spotkań informacyjnych: 10 • liczba warsztatów: 10 • liczba newsletterów: 30 	<ul style="list-style-type: none"> • Otrzymanie w odpowiedzi na konkursy wysokiej jakości wniosków o dofinansowanie