

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2026

TERMIN	NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ZAKŁADANE WSKAŹNIKI REALIZACJI ZADANIA ORAZ EFEKTY TYCH DZIAŁAŃ	NARZĘDZIA I ŚRODKI PRZEKAZU	BUDŻET DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH
I KWARTAŁ 2026	Kampania informacyjna	Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych – w zależności od ogłaszanych naborów Informacje na portalach społecznościowych – 2 szt. Efekt: Podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Strona internetowa Portal społecznościowy Strony internetowe gmin członkowskich	1 000,00 EURO
	Kampania promocyjna	Wskaźnik: Wydania newsletteru – 1 szt. Efekt: Budowanie pozytywnego wizerunku LGD oraz promocja podejmowanych działań w tym prezentacja dobrych praktyk spoza obszaru objętego LSR	Newsletter	
	Badanie satysfakcji	Wskaźnik: Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów – 40 szt. Efekt: Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Ankieta monitorująca	
II KWARTAŁ 2026	Kampania informacyjna	Artykuły na stronach internetowych – 2 szt. Efekt: Wzrost zaangażowania w budowanie partnerstwa oraz wzrost poczucia potrzeby działań partnerskich	Strona internetowa Portal społecznościowy	
	Kampania promocyjna	Wskaźnik: Wydania newsletteru – 1 szt. Efekt: Budowanie pozytywnego wizerunku LGD oraz promocja podejmowanych działań w tym prezentacja dobrych praktyk spoza obszaru objętego LSR	Newsletter	

	Badanie satysfakcji	Wskaźnik: Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów – 40 szt. Efekt: Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Ankieta monitorująca	
III KWARTAŁ 2026	Kampania informacyjna	Baza partnerów – liczba partnerów wpisanych w bazę partnerstw – 10 szt. Efekt: Wzrost zaangażowania w budowanie partnerstwa oraz wzrost poczucia potrzeby działań partnerskich	Baza partnerów	
	Kampania promocyjna	Wskaźnik: Wydania newsletteru – 1 szt. Efekt: Budowanie pozytywnego wizerunku LGD oraz promocja podejmowanych działań w tym prezentacja dobrych praktyk spoza obszaru objętego LSR	Newsletter	
	Badanie satysfakcji	Wskaźnik: Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów – 40 szt. Efekt: Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Ankieta monitorująca	
IV KWARTAŁ 2026	Kampania promocyjna	Wskaźnik: Wydania newsletteru – 1 szt. Efekt: Budowanie pozytywnego wizerunku LGD oraz promocja podejmowanych działań w tym prezentacja dobrych praktyk spoza obszaru objętego LSR	Newsletter	
	Badanie satysfakcji	Wskaźnik: Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów – 30 szt. Efekt: Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Ankieta monitorująca	