

## Plan komunikacji na 2017 rok – Lokalna Strategia Rozwoju dla obszaru Lokalnej Grupy Działania „Dla Miasta Torunia”

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2017
Zbudowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR	wszyscy mieszkańcy obszaru objętego LSR oraz instytucje, organizacje i podmioty gospodarcze działające na obszarze LSR	Kampania informacyjno-promocyjna	strona www	liczba informacji na stronie www	15
			media społecznościowe	liczba informacji w mediach społecznościowych (FB, Twitter, Instagram)	5
			mailing	liczba newsletterów	2
			materiały promocyjne	liczba rodzajów drukowanych materiałów promocyjnych (w tym: ulotka, plakat)	2
			tablica informacyjne	liczba tablic informacyjnych	0
			informacja prasowa	liczba informacji w prasie lokalnej	0
			informacja radiowa	liczba informacji w radiu lokalnym	0
			informacja telewizyjna	liczba informacji w telewizji lokalnej	0
Podniesienie wiedzy społeczności lokalnej, w tym członków i organów LGD w zakresie celów, przedsięwzięć i efektów LSR	wszyscy mieszkańcy obszaru objętego LSR oraz instytucje, organizacje i podmioty gospodarcze działające na obszarze LSR	Kampania informacyjno-promocyjna	strona www	liczba informacji na stronach www	10
				liczba wejść na stronę	400
			publikacje	liczba rodzajów publikacji (drukowanych i e-publicacji, typu foldery)	2
			informacja prasowa	liczba informacji w prasie lokalnej	2
			informacja radiowa	liczba informacji w radiu lokalnym	2
			informacja telewizyjna	liczba informacji w telewizji lokalnej	1
			mailing	liczba newsletterów	3
			spotkania informacyjne	liczba spotkań informacyjnych	2
			szkolenia	liczba godzin szkoleniowych	16
			wydarzenie podsumowujące LSR	liczba spotkań pracowników biura i organów LGD z lokalną społecznością	0
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	70

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2017
Zwiększenie partycypacji społeczności lokalnej w realizację LSR	j.w.	Działania animujące	media społecznościowe	liczba informacji w mediach społecznościowych (FB, Twitter, Instagram)	10
			strona www	liczba informacji na stronie www	5
			mailingi	liczba newsletterów	2
			spotkania networkingowe	liczba spotkań networkingowych	2
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	70
Upowszechnienie informacji w zakresie składania wniosków o dofinansowanie w ramach LSR	wszyscy potencjalni wnioskodawcy	Kampania informacyjno-promocyjna	media społecznościowe	liczba informacji w mediach społecznościowych (FB, Twitter)	2
			konferencja, w tym prasowej	liczba konferencji	0
			kalendarz publiczny z konkursami i działaniami	liczba utworzonych kalendarzy publicznych	1
			strona www	liczba informacji na stronie www	2
		mailingi	liczba newsletterów	2	
		Działania animujące	spotkania informacyjne	liczba spotkań informacyjnych	2
			spotkania networkingowe	liczba spotkań networkingowych	4
dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego		70		
Wsparcie potencjalnych wnioskodawców w	wszyscy potencjalni wnioskodawcy	Działania informacyjno/doradczo/szkoleniowe	szkolenia/warsztaty	liczba godzin szkoleniowych/warsztatowych	32
			doradztwo	liczba godzin doradczych	60

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2017
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	70
			materiały instruktażowe	liczba rodzajów materiałów instruktażowych	2
Zwiększenie poziomu włączenia grup defaworyzowanych inicjatywy LSR	grupy defaworyzowane, lokalni liderzy i animatorzy	Działania animujące	wizyty wspierające/ animujące grup/ podmiotów działających na rzecz grup defaworyzowanych	liczba wizyt wspierających/ animujących grup/ podmiotów działających na rzecz grup defaworyzowanych	6
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	70
			szkolenia/warsztaty/eventy tematyczne	liczba godzin szkoleń/ warsztatów/ eventów tematycznych	2
Udoskonalenie funkcjonowania LGD dzięki uzyskaniu informacji zwrotnej na temat działania od społeczności lokalnej	wszyscy beneficjenci LGD, członkowie i organy LGD, podmioty aplikujące i realizujące operacje w ramach LSR	Badanie monitorujące	ankieta satysfakcji z udzielonego doradztwa	liczba raportów z otrzymanych ankiet	1
			ankieta satysfakcji z udziału w szkoleniach	liczba raportów z otrzymanych ankiet	1
			grupa dyskusyjna	liczba grup dyskusyjnych	1
			ankieta on-line	% wypełnionych ankiet względem licznika wejść na stronę www	1

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2017
<b>Wspieranie i aktywizacja społeczności lokalnej, w tym grup defaworyzowanych w zakresie podejmowania inicjatyw, samoorganizacji i aktywności obywatelskiej</b>	wszyscy potencjalni beneficjenci, w szczególności grupy defaworyzowane, otoczenie grup defaworyzowanych, lokalni liderzy i animatorzy, organizacje działające na rzecz grup defaworyzowanych	Kampania informacyjno-promocyjna	media społecznościowe	liczba informacji w mediach społecznościowych (FB, Twitter, Instagram)	10
			strona www	liczba informacji na stronie www	5
			mailingi	liczba newsletterów	5
			materiały informacyjne	liczba rodzajów materiałów informacyjnych	3
		Działania animujące	spotkania informacyjne	liczba spotkań informacyjnych	2
			szkolenia/warsztaty/eventy tematyczne	liczba godzin szkoleń/ warsztatów/ eventów tematycznych	16
			wizyty wspierające/ animujące grup/ podmiotów działających na rzecz grup defaworyzowanych	liczba wizyt wspierających/ animujących grup/ podmiotów działających na rzecz grup defaworyzowanych	3