

Plan komunikacji na 2016 rok – Lokalna Strategia Rozwoju dla obszaru Lokalnej Grupy Działania „Dla Miasta Torunia”

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2016
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	5
			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)	0
			tablica informacyjne	liczba tablic informacyjnych	1
			informacja prasowa	liczba informacji w prasie lokalnej	1
			informacja radiowa	liczba informacji w radiu lokalnym	1
			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	5
				liczba wejść na stronę	70
			publikacje	liczba rodzajów publikacji (drukowanych i e-publikacji, typu foldery)	1
			informacja prasowa	liczba informacji w prasie lokalnej	2
			informacja radiowa	liczba informacji w radiu lokalnym	1
			informacja telewizyjna	liczba informacji w telewizji lokalnej	0
			mailing	liczba newsletterów	1
			spotkania informacyjne	liczba spotkań informacyjnych	0
			szkolenia	liczba godzin szkoleniowych	0
			wydarzenie podsumowujące LSR	liczba spotkań pracowników biura i organów LGD z lokalną społecznością	0
dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	40			
Zwiększenie partycypacji społecznej	j.w.	Działania animujące	media społecznościowe	liczba informacji w mediach społecznościowych (FB, Twitter, Instagram)	4
			strona www	liczba informacji na stronie www	2

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2016
			mailingi	liczba newsletterów	1
			spotkania networkingowe	liczba spotkań networkingowych	0
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	40
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	1
			kalendarz publiczny z konkursami i działaniami	liczba utworzonych kalendarzy publicznych	1
			strona www	liczba informacji na stronie www	2
			mailingi	liczba newsletterów	1
		Działania animujące	spotkania informacyjne	liczba spotkań informacyjnych	0
			spotkania networkingowe	liczba spotkań networkingowych	0
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	40
Wsparcie potencjalnych wnioskodawców w aplikowaniu o środki w ramach LSR	wszyscy potencjalni wnioskodawcy	Działania informacyjno/doradczo/szkoleniowe	szkolenia/warsztaty	liczba godzin szkoleniowych/warsztatowych	0
			doradztwo	liczba godzin doradczych	10
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	20
			materiały instruktażowe	liczba rodzajów materiałów instruktażowych	1

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2016
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	0
			dyżury informacyjne	liczba godzin dyżuru informacyjnego	0
			szkolenia/warsztaty/eventy tematyczne	liczba godzin szkoleń/ warsztatów/ eventów tematycznych	0
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	0
			ankieta satysfakcji z udziału w szkoleniach	liczba raportów z otrzymanych ankiet	0
			grupa dyskusyjna	liczba grup dyskusyjnych	0
			ankieta on-line	% wypełnionych ankiet względem licznika wejść na stronę www	0
Wspieranie i aktywizacja społeczności lokalnej, w tym grup	wszyscy potencjalni beneficjenci, w szczególności grupy defaworyzowane,	Kampania informacyjno-promocyjna	media społecznościowe	liczba informacji w mediach społecznościowych (FB, Twitter, Instagram)	0
			strona www	liczba informacji na stronie www	0

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2016
	otoczenie grup defaworyzowanych, lokalni liderzy i animatorzy, organizacje działające na rzecz grup defaworyzowanych		mailingi	liczba newsletterów	0
			materiały informacyjne	liczba rodzajów materiałów informacyjnych	0
		Działania animujące	spotkania informacyjne	liczba spotkań informacyjnych	0
			szkolenia/warsztaty/eventy tematyczne	liczba godzin szkoleń/ warsztatów/ eventów tematycznych	0
			wizyty wspierające/ animujące grup/ podmiotów działających na rzecz grup defaworyzowanych	liczba wizyt wspierających/ animujących grup/ podmiotów działających na rzecz grup defaworyzowanych	0