

Plan komunikacji LGD „Mazurskie Morze” z lokalną społecznością  
w zakresie wdrażania LSR 2021 - 2029 LGD „Mazurskie Morze”

**1. Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych**

- 1) Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z Funduszy Europejskich dostępnych w ramach budżetu LSR.
- 2) Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji.
- 3) Zapewnienie mieszkańcom obszaru działania LGD informacji na temat operacji współfinansowanych z Funduszy Europejskich dostępnych w ramach budżetu LSR.
- 4) Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.
- 5) Pomoc w znajdowaniu partnerów dla realizacji wspólnych operacji.

**2. Działania komunikacyjne i środki przekazu**

W ramach zapewnienia szerokiego, wielokanałowego i użytecznego dostępu do informacji i pomocy spełnione muszą być pewne zasady realizacji komunikacji szczególnie w zakresie dostępu do informacji, która będzie pomocna potencjalnym beneficjentom i beneficjentom.

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest dostępna non-stop, czyli istnieją kanały i narzędzia komunikacji umożliwiające dotarcie do informacji o każdej porze. Takim rozwiązaniem jest strona internetowa LGD: [www.lgd.mazurskiemorze.pl](http://www.lgd.mazurskiemorze.pl)

System dostępu do informacji jest zdywersyfikowany tak, by zapewnić możliwość dotarcia do informacji na wiele sposobów zarówno pod względem formy, treści jak i zasięgu. Dzięki temu informacja dociera w sposób wielokanałowy. Przykładami takiej różnorodności kanałów dotarcia są:

- 1) strona internetowa LGD: [www.lgd.mazurskiemorze.pl](http://www.lgd.mazurskiemorze.pl),
- 2) możliwość kontaktu z pracownikiem Biura LGD,
- 3) wszelkie materiały informacyjne i promocyjne, ulotki, broszury, instrukcje,
- 4) organizowanie konferencji i szkoleń, które pozwala dotrzeć do ściśle wyselekcjonowanej grupy potencjalnych beneficjentów,
- 5) przekazywanie informacji pocztą elektroniczną.

W przypadku beneficjentów, ważniejszym wsparciem będą konkretne informacje dotyczące realizowanego projektu. Na tym poziomie mówimy o silnie spersonalizowanym przekazie informacji, o relacji opiekun (pracownik Biura LGD) – beneficjent. Należy pamiętać, że dla tej grupy powinny równocześnie powstawać komunikaty motywujące do promocji idei, do reprezentowania FE. Beneficjenci powinni być szkoleni/instruowani w zakresie sposobu budowania komunikatów dedykowanych grupie potencjalnych beneficjentów, ale również uczestników projektu. Użyteczność informacji udostępnianych beneficjentowi wynika z uwzględnienia przy jej opracowaniu perspektywy beneficjenta, jego potrzeb i oczekiwań. Podstawowym kryterium użyteczności informacji jest jej sformułowanie klarownym i zrozumiałym językiem oraz utrzymanie komunikacji w możliwie najbardziej zwięzłej formule.

Środki przekazu pozwalają na realizację komunikacji z poszczególnymi grupami docelowymi. Poniższe zestawienie przedstawia środki przekazu, jakie będą wykorzystane na każdym etapie komunikacji w zależności od zakładanych potrzeb określonych segmentów grup docelowych.

Dotarcie bezpośrednie (obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami bez pośrednictwa zewnętrznych mediów).

- Imprezy i wydarzenia promocyjne;
- strona internetowa LGD: [www.lgd.mazurskiemorze.pl](http://www.lgd.mazurskiemorze.pl);

- Poczta elektroniczna, e-newsletter,
- Konferencje, szkolenia, warsztaty, wizyty studyjne;
- Dotarcie pośrednie (obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami za pomocą zewnętrznych mediów):
- Informacje w mediach społecznościowych;
- Reklama szeptana;
- - konkurs „Kuźnia pomysłów Mazurskiego Morza”

LGD będzie wykorzystywała wszelkiego rodzaju spotkania, w których uczestniczyć będą pracownicy Biura LGD do informowania, w zależności od aktualnej potrzeby, o aktualnych konkursach o dofinansowanie operacji, planowanych działaniach, ważnych z punktu widzenia uczestników poszczególnych spotkań.

### **3. Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych (finansowanych w ramach poddziałania Koszty bieżące i aktywizacji)**

- liczba spotkań konsultacyjno-informacyjnych – 10,
- liczba uczestników spotkań informacyjno-komunikacyjnych - 120,
- liczba udzielonych konsultacji indywidualnych - 100,
- liczba edycji konkursu „Kuźnia pomysłów Mazurskiego Morza” – 2,
- liczba odsłon strony [www.lgd.mazurskiemorze.pl](http://www.lgd.mazurskiemorze.pl) – 10 000,

### **4. Opis sposobu analizy efektywności działań komunikacyjnych.**

Planowanym do osiągnięcia efektem (rezultatem) działań komunikacyjnych jest taka liczba złożonych (i zrealizowanych) wniosków o dofinansowanie działań, która wyczerpie budżet LSR na ten cel.

Monitoring działań polega na systematycznym gromadzeniu i analizie danych mających na celu weryfikację i ewentualną modyfikację kierunków prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych. Monitoring działań jest realizowany poprzez system wybranych wskaźników mających na celu ukazanie efektów prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych.

Działania komunikacyjne (informacyjne i promocyjne) realizowane przez LGD będą na bieżąco oceniane pod kątem jakości, użyteczności i efektywności. Informacje uzyskane w wyniku przeprowadzonej oceny są podstawą do modyfikacji i ewentualnej korekty kierunków prowadzonych działań oraz prowadzą do zminimalizowania ryzyka powtarzania błędów i powtórnej realizacji nietrafiionych działań.

Działania prowadzone przez LGD będą oceniane m.in. przy pomocy następujących narzędzi:

- ankieta ewaluacyjna (szkolenia, spotkania), monitorowanie liczby poprawnie i błędnie złożonych wniosków o dofinansowanie, komentarze i udostępnienia w mediach społecznościowych, liczba nowych odbiorców newslettera.

W przypadku, gdy efekt (rezultat) działań komunikacyjnych będzie niezadowolający, w sposób szczególny, gdy przeprowadzone działania komunikacyjne nie przełożą się na oczekiwany wzrost liczby wnioskodawców, LGD skoryguje PK. Będzie to zrobione w taki sposób, aby zapewnić ich skuteczność i efektywność, a tym samym osiągnąć cele zakładane w PK.

Do analizy efektywności wykorzystamy m.in. dane:

- liczba wniosków o dofinansowanie złożonych przez uczestników spotkań,
- liczba wniosków złożonych przez osoby/podmioty którym udzielono konsultacji,
- liczba partnerstw zawiązanych w wyniku konkursu „Kuźnia pomysłów Mazurskiego Morza”
- liczba przygotowanych wspólnych projektów do realizacji z partnerami i członkami LGD

### **5. Budżet na działania komunikacyjne:**

- aktualizacja strony www – 2.000,00zł
- spotkania informacyjne (poczęstunek, dojazd) – 3.000,00zł
- konkurs „Kuźnia pomysłów Mazurskiego Morza” – 10.000,00zł
- konsultacje indywidualne w Biurze LGD (wynagrodzenia pracowników) – 8.000,00zł

Razem budżet: 23.000,00zł