



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2024-2029 realizowany w ramach PS WPR na lata 2023-2027 oraz EFS+

Wprowadzenie

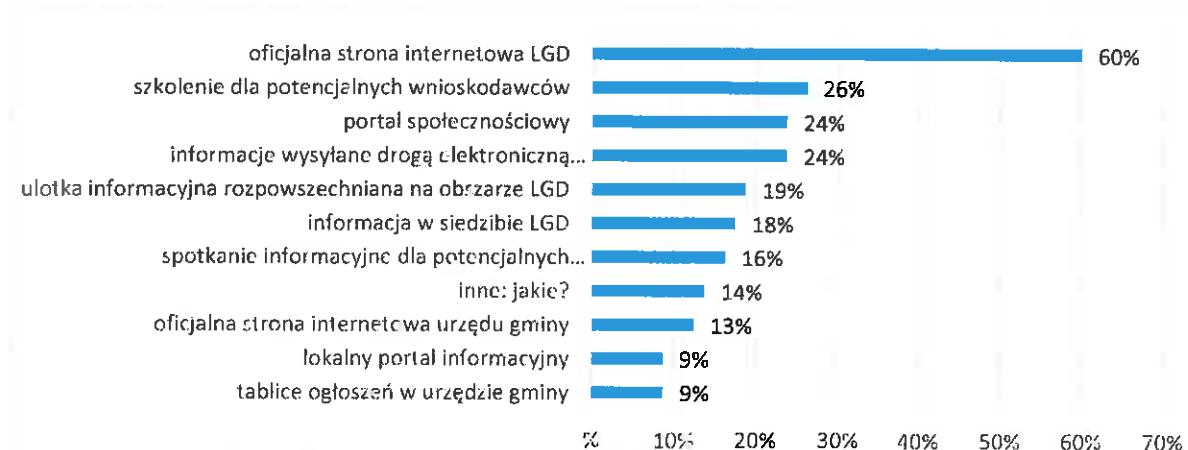
Założeniem planu komunikacji Stowarzyszenia – Lokalna Grupa Działania „Żywiecki Raj” jest zidentyfikowanie potrzeb informacyjnych, komunikacyjnych i animacyjnych, niezbędnych do efektywnego wdrożenia działań ujętych w Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność obszaru LGD „Żywiecki Raj” na lata 2023–2029 (LSR) oraz budowania potencjału kapitału społecznego na obszarze LSR. Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad i komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściciela IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR

Przesłanki opracowania planu komunikacji na lata 2023 – 2029

Przygotowując plan komunikacji – określając cele tego narzędzia marketingowego oraz dobrane do niego odpowiednie działania komunikacyjne i środki przekazu, zebrano i przeanalizowano następujące dane:

- wnioski z analizy realizacji planu komunikacji stanowiącego załącznik nr 5 do Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2016-2023,
- wnioski z raportu końcowego Ewaluacja zewnętrzna realizacji Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność obszaru LGD „Żywiecki Raj” na lata 2016-2023 przygotowaną przez firmę OMIKRON Mariusz Wachowicz,
- informacje dot. preferowanych działań i kanałów komunikacyjnych zebrane podczas badań ankietowych, obserwacji partycypacyjnych, wywiadów fokusowych przeprowadzonych na potrzeby opracowania LSR 2023-2027, analizujących jakość życia i kierunki rozwoju wśród mieszkańców obszaru LGD, z dodatkowym wyszczególnieniem seniorów, osób młodych, osób z niepełnosprawnościami i ich opiekunów,
- informacje dot. preferowanych działań i kanałów komunikacyjnych pozyskane podczas spotkań konsultacyjnych z mieszkańcami obszaru LGD oraz przedstawicielami samorządów i branży usług turystycznych,
- aktualne trendy zachodzące na rynku marketingowym.

W ramach opracowanego raportu końcowego Ewaluacja zewnętrzna realizacji Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność obszaru LGD „Żywiecki Raj” na lata 2016-2023 zostało przeprowadzone badanie ankietowe metodą CAWI, w ramach którego uzyskano 190 kompletnych opinii społeczności lokalnej. Mieszkańcy zapytani o źródła informacji na temat funkcjonowania Lokalnej Grupy Działania najczęściej podawali oficjalną stronę internetową (60% odpowiedzi). Jednymi z głównych źródeł są także szkolenia dla potencjalnych wnioskodawców (26%) oraz portale społecznościowe (24%). Najmniej głosów oddano na lokalnych portal informacyjny (9%) oraz tablice ogłoszeń w urzędzie gminy (9%). Wykres 1. Opinie mieszkańców o źródła informacji na temat funkcjonowania LGD „Żywiecki Raj”.





Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Główne wnioski z dokonanej analizy:

1. Zdecydowana większość działań komunikacyjnych powinna być prowadzona za pośrednictwem internetu, ze szczególnym naciskiem na prowadzenie przejrzystej, jasnej w treści i aktualnej strony internetowej LGD (praca nad pozycjonowaniem i optymalizowaniem strony pod kontem wyszukiwarek m.in. poprzez wybór słów i fraz kluczowych, tworzenie wartościowej treści i grafiki; dostosowanie strony do rosnącego trendu wyszukiwania głosowego) oraz funpage'u LGD na Facebook'u. Działania komunikacyjne stosowane przez LGD w mediach społecznościowych powinny skupiać się na zwiększeniu liczby odbiorców funpage'u LGD na Facebook'u (poprzez m.in. stosowanie infografik, contentu wideo, podcastów, quizów, ankiet itp.).
2. Należy stosować takie działania komunikacyjne, które pozwolą na obustronną komunikację pomiędzy LGD oraz społeczeństwem lokalnym (wdrożenie działań interaktywnych: ankiety, media społecznościowe, zbieranie doświadczeń beneficjentów, analiza zebranych danych itp.).
3. Należy wprowadzić hybrydową formułę szkoleń i spotkań informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów oraz realizować wydarzenia i konsultacje online.
4. Należy przeprowadzać działania związane z animacją społeczności lokalnej na rzecz wdrażania projektów innowacyjnych, partnerstwa z innymi podmiotami.
5. Wśród odbiorców stowarzyszenia występuje taka grupa osób, do której dotarcie za pośrednictwem działań komunikacyjnych prowadzonych w sferze online jest bardzo trudne. Są to głównie osoby o słabym stanie zdrowia, seniorzy, z trudnością korzystające z nowoczesnych technologii (internetu, urządzeń mobilnych). Dla nich LGD powinno zastosować marketing offline, czyli wszelkie klasyczne działania i instrumenty marketingowe, które nie odnoszą się do przestrzeni cyfrowej (m.in. promocja w prasie lokalnej – głównie w biuletynach gminnych, marketing szeptany, ulotki i plakaty dystrybuowane w miejscach najczęściej przez nich odwiedzanych np. ośrodki zdrowia czy parafie).
6. W związku z realizacją przez LGD rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność (RLKS) dwufunduszowo (PS WPR i EFS+), mając na uwadze rolę LGD we wspieraniu włączenia społecznego i szczególny nacisk położony na potrzeby seniorów (osoby, które ukończyły 60 rok życia) i ludzi młodych (do 25 roku życia) oraz potrzeby zdiagnozowanych na obszarach objętych LSR grup osób w niekorzystnej sytuacji, tj.: osób z niepełnosprawnościami i ich opiekunów, a także z możliwością pojawieniem się wśród potencjalnych beneficjentów stowarzyszenia nowej grupy odbiorców: rolników - konieczne jest przeprowadzenie, wśród mieszkańców tych gmin oraz powyższych grup odbiorców, dodatkowej kampanii informacyjnej poprawiającej rozpoznawalność marki Żywiecki Raj oraz informującej o możliwościach pozyskania przez nich środków unijnych za pośrednictwem LGD.
7. Należy określić skuteczne metody dotarcia do **grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR, tj. seniorów (osoby, które ukończyły 60 rok życia) i ludzi młodych (do 25 roku życia), osób z niepełnosprawnościami i ich opiekunów.**
8. Pracownicy biura LGD posiadają doświadczenie oraz wiedzę merytoryczną niezbędną w realizacji planu komunikacji, jednak ze względu na wciąż zmieniające się trendy w świecie marketingu, konieczne jest zwiększenie ich umiejętności poprzez udział w szkoleniach i kursach (m.in. z tworzenia grafiki wideo i infografik).

Cele działań komunikacyjnych.

W wyniku przeprowadzonych diagnozy i analiz w oparciu o określone w Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność obszaru LGD „Żywiecki Raj” na lata 2023–2029 cele, przedsięwzięcia i dobrane wskaźniki sformułowane zostały 2 główne cele działań komunikacyjnych, do osiągnięcia których przyczyni się realizacja planu komunikacji 2023-2029:

I. Budowanie marki i pozytywnego wizerunku Żywieckiego Raju wśród lokalnej społeczności poprzez animację, promocję działań aktywizacyjnych, publikację treści branżowych, dobrych praktyk i dotychczas wypracowanych osiągnięć.

II. Podejmowanie działań gwarantujących obustronną komunikację pomiędzy LGD oraz społeczeństwem lokalnym, zachęcających potencjalnych wnioskodawców do aplikowania w ramach LSR, co w konsekwencji będzie wpływać na skuteczną realizację celów strategii.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

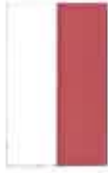
Dofinansowane przez Unię Europejską



Opis przedsięwzięcia	Główny adresarz (komunikacja)	Działalność komunikacyjna	Adresat (grupa docelowa)	Środki przekazu (urzędziska komunikacyjne, w tym działania promocyjne, zrealizacja LSR, usługa poparcie społeczeństwa)	Zakładane wykazniki		Opis sposobu badania efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przewidzianych	Budżet przewidziany na działania komunikacyjne w zł/euro
					Jednostka miary	Wartość		
Lata 2024-2029	- Informowanie potencjalnych wnioskodawców o celach LSR i sposobie jej realizacji, kryteriach oceny operacji, zasadach przyznawania środków w ramach wsparcia z budżetu LSR. - Zainteresowanie potencjalnych beneficjentów podejmowaniem aktywności zawodowej i/lub społecznej w zakresie możliwości pozyskiwania środków zewnętrznych	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR prowadzona w trybie ciągłym przez cały okres wdrażania LSR oraz prowadzenie punktu informacyjnego, którym jest Biuro LGD z uwzględnieniem specjalnych potrzeb uczestników (w tym niepełnosprawnościami)	Osoby fizyczne zamierzające podjąć działalność gospodarczą, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JST, mieszkańcy obszaru, grupy w niekorzystnej sytuacji, członkowie LGD, społeczność lokalna	Prowadzenie i aktualizacja strony internetowej www.zywieckiraj.pl spełniającej standardy dostępności (w tym dla osób z niepełnosprawnościami)	Liczba prowadzonych stron www	1	Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana poprzez badania ankietowe, ankieta będzie przeprowadzana co rocznie.	4500 PLN/ 1000 Euro
					Liczba opublikowanych artykułów	8		0,00
					Liczba opublikowanych postów	5		0,00
					Liczba przygotowanych materiałów	5		0,00
					Liczba spotkań	3 szt.		2 100 zł/ 525 Euro
Lata 2024-2029	- Informowanie o naborach w ramach wdrażania LSR LGD „Żywiecki Raj” - Zainteresowanie pozyskaniem środków.	Kampania informacyjna nt. możliwości ubiegania się o wparcie prowadzona przez Biuro LGD z uwzględnieniem specjalnych potrzeb uczestników (w tym niepełnosprawności)	Osoby fizyczne zamierzające podjąć działalność gospodarczą, w tym z grup w niekorzystnej sytuacji	Ogłoszenia o naborze na stronie internetowej LGD	Liczba opublikowanych ogłoszeń o naborze	3 szt.	Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana na podstawie złożonych ankiet	0,00
					Liczba spotkań	2 szt.		600 PLN/ 150 Euro



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska



Dofinansowane przez Unię Europejską



Plan Strategiczny dla Województwa Śląskiego
2014-2020
RF
15.10.2022-2027

<p>- Wsparcie branży turystycznej</p> <p>- Wsparcie zagród edukacyjnych skierowanej na zagospodarowanie lokalnego kapitału społecznego i zatrzymanie odpływu ludzi młodych z obszaru LSR, wsparcie dla osób z grup w niekorzystnej sytuacji</p> <p>- Wsparcie beneficjentów w realizacji projektów.</p> <p>- Informowanie o naborach wniosków na zakres związany z małą infrastrukturą publiczną</p> <p>- Rozwój infrastruktury publicznej, turystycznej, rekreacyjnej</p>	<p>w szczególności osób z niepełnosprawnościami)</p>	<p>Przedsiębiorcy z obszaru LGD, planujący rozwijać działalność gosp.; rolnicy prowadzący małe gospodarstwa rolne planujący inwestycje w zakresie rozwijania pozarolniczych funkcji małych gospodarstw rolnych (zagród edukacyjnych); zgodnie z zakresami tematycznymi /celami wskazanymi w LSR lub grupami docelowymi objętymi wsparciem Jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe</p>	<p>Szkolenia stacjonarne/online</p> <p>Doradztwo udzielone przez pracowników biura LGD</p> <p>Wysyłanie newsletterów lub/i informacji mailowo</p> <p>Informacje na zdalnie zarządzanym systemie do wyświetlania treści na telewizorach</p>	<p>Liczba szkoleń</p> <p>Ilość udzielonego doradztwa</p> <p>Liczba wysłanych materiałów</p> <p>Liczba przygotowanych materiałów</p>	<p>3 szt.</p> <p>80 os.</p> <p>3 szt.</p> <p>3 szt.</p>	<p>badających jakości udzielonego doradztwa</p> <p>2 100 PLN/ 525 Euro</p> <p>0,00</p> <p>0,00</p> <p>0,00</p>
<p>- Informowanie o naborach na Granty dla lokalnych organizacji pozarządowych oraz granty w ramach EFS+</p> <p>- Wzmocnienie kapitału obywatelskiego oraz tożsamości lokalnej poprzez Rozwój i promocje</p>	<p>Akcje promocyjno-informacyjne nt. Grantów.</p> <p>Działania szkoleniowe.</p> <p>Punkt informacyjny prowadzony przez Biuro LGD z uwzględnieniem specjalnych potrzeb uczestników (w tym w szczególności osób z niepełnosprawnościami)</p>	<p>Mieszkańcy, organizacje pozarządowe (w tym grupy nieformalne) jednostki sektora finansów publicznych, osoby prawne, osoby fizyczne, osoby potrzebujące wsparcia w codziennym</p>	<p>Ogłoszenie na stronie internetowej LGD oraz jednostek samorządu terytorialnego</p> <p>Wysyłanie newsletterów lub/i informacji mailowo</p> <p>Informacje na zdalnie zarządzanym systemie do wyświetlania treści na telewizorach</p>	<p>Liczba opublikowanych ogłoszeń o naborze lub artykułów</p> <p>Liczba wysłanych materiałów</p> <p>Liczba przygotowanych materiałów</p>	<p>5</p> <p>2 szt.</p> <p>5 szt.</p>	<p>0,00</p> <p>0,00</p> <p>0,00</p>
<p>W przypadku problemów z realizacją LSR, działania informacyjne będą zintensyfikowane i ukierunkowane na grupę docelową, tak aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców. Przede wszystkim publikowane będą informacje na lokalnych portalach, na tablicach ogłoszeń, przeprowadzone zostaną dodatkowe spotkania informacyjne.</p>						
<p>Lata 2024-2029</p>						



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska



Dofinansowane przez Unię Europejską

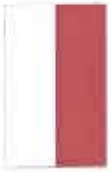


15.10K.2023-2027

turystryki oraz dziedzictwa kulturowego obszaru LGD	funkcjonowaniu, seniorzy osoby w niekorzystnej sytuacji, osoby młode; odbiorcy wsparcia EFS+ i ich otoczenie;		Doradztwo udzielone przez pracowników biura LGD	Ilość udzielonego doradztwa	30 os.	0,00
			Spotkania informacyjno-konsultacyjne	Liczba spotkań	3 szt.	600 PLN 150 Euro 2 100 PLN/ 525 Euro
			Szkolenia	Liczba szkoleń	3 szt.	
			W przypadku problemów z realizacją LSR, działania informacyjne będą zintensyfikowane i ukierunkowane na grupę docelową, tak aby dotrzeć do jak największego grona odbiorców. Przede wszystkim przekazywane będą informacje do lokalnych organizacji pozarządowych, lokalnych liderów, dyrektorów szkół, przedstawicieli gminnych ośrodków kultury i sportu oraz ośrodków pomocy społecznej i podmiotów zajmujących się wsparciem osób potrzebujących, ponadto przeprowadzone zostaną dodatkowe spotkania informacyjne.			
Lata 2024-2029	Animowanie społeczności do partnerstwa z innymi podmiotami, na rzecz wdrażania projektów innowacyjnych z uwzględnieniem specjalnych potrzeb uczestników (w tym w szczególności osób z niepełnosprawnościami)	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom	10	0,00
			Zadania w zakresie animacji społeczności lokalnej (m.in. warsztaty, quizy, krzyżówki, wizyty studyjne, wydarzenia)	Liczba zadań animacyjnych/aktywizujących	6	32 500 PLN/ 8 125 Euro
			Animacja skierowana do seniorów – „World Cafe”	Liczba zadań animacyjnych/aktywizujących	1	600 PLN 150 Euro
			Animacja skierowana do ludzi młodych – metaplany	Liczba zadań animacyjnych/aktywizujących	1	600 PLN 150 Euro



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



Lata 2024-2029	<p>- Monitorowanie jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych</p> <p>- Dostosowanie właściwych środków komunikacyjnych do odpowiednich grup docelowych</p>	<p>Punkt informacyjny prowadzony przez Biuro LGD z uwzględnieniem specjalnych potrzeb uczestników (w tym w szczególności osób z niepełnosprawnościami).</p>	<p>Organizacje społeczne, JST, organizacje pozarządowe, instytucje kultury, przedsiębiorcy, osoby fizyczne zamierzające podjąć działalność gospodarczą, mieszkańcy obszaru i członkowie LGD</p>	<p>Warsztaty design thinking</p> <p>Skrzynka pomysłów</p> <p>Badania ankietowe</p>	<p>Liczba warsztatów</p> <p>Liczba przygotowanych skrzynek pomysłów</p> <p>Liczba otrzymanych ankiet</p> <p>Liczba opublikowanych artykułów</p>	<p>1</p> <p>1</p> <p>60</p> <p>1</p>	<p>do realizacji operacji innowacyjnych. Zachęcenie osób młodych do realizacji operacji.</p> <p>Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana cyklicznie po naborach.</p> <p>Działania komunikacyjne będą podległy stałej ewaluacji i monitoringowi pod kątem ich jakości, trafności w realizacji celów komunikacyjnych i skuteczności w dotarciu do grup docelowych.</p>	<p>2 100 PLN/ 525 Euro</p> <p>0,00</p>
----------------	--	---	---	--	---	--------------------------------------	--	--

Źródło: Opracowanie własne

PREZES ZARZĄDU
Stowarzyszenia LGD
"ZYWIECKI RAJ"
Stanisław Pawlus