

Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2017 rok

Nadnotecka Grupa Rybacka

Termin realizacji (miesiąc/rok)	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Zakładane / zrealizowane wskaźniki realizacji działania	Planowane / zrealizowane efekty działań komunikacyjnych	Planowany lub poniesiony koszt zadania
I – XII 2017	1. Poinformowanie społeczeństwa lokalnego o funkcjonowaniu NGR, PO wdrażaniu LSR, PO RiM 2014-2020, możliwości uzyskania dofinansowania za pośrednictwem NGR, procedurach i wytycznych, typach operacji preferowanych w LSR, kryteriach wyboru operacji, celach i przedsięwzięciach LSR itp. w celu pozyskania potencjalnych beneficjentów	1. Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR oraz PO Ryby 2014-2020	1. Ogół społeczeństwa, w tym potencjalni beneficjenci, w szczególności: - przedsiębiorcy, rybacy, ich rodziny, pracownicy, przetwórcy w sektorze rybackim, rolnicy, - osoby fizyczne zamierzające rozpocząć prowadzenie działalności gosp. na obszarze NGR, - organizacje społeczne, instytucje i związki w tym zrzyszające rybaków, - mieszkańcy obszaru NGR, - gminy, - podmioty pośredniczące np. firmy consultingowe	- artykuł w lokalnej prasie lub audycja w TV lub spot w radio, - artykuły i dokumenty do pobrania na stronie internetowej NGR, gmin, członków NGR, - newsletter, - media społecznościowe, - punkty i spotkania informacyjne w siedzibie NGR lub przy okazji ważnych wydarzeń organizowanych na terenie NGR, w tym o ch-rze rybackim, turystycznym, - ogłoszenia, plakaty w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, biurowce itp.), - ulotki lub broszury informacyjno-promocyjne, - punkt informacyjny w Biurze NGR, - komunikatory internetowe, czaty, fora internetowe z pracownikami Biura NGR.	1. Ilość informacji o NGR i rozpoczęciu wdrażania LSR zamieszczonych przez media lub podmioty zewnętrzne – 13 info., w tym: 1 artykuł w prasie lokalnej lub 1 audycja w TV lub spot w radio. 2. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – 1 ulotka 3. Liczba osób odwiedzających stronę/podstronę internetową NGR – 300 os. 4. Ilość informacji o rozpoczęciu wdrażania LSR zamieszczonych przez NGR – 8 info na www (newsletter), w mediach społ. oraz wiadomości e-mail 5. Ilość spotkań lub punktów informacyjnych – 4 szt.	1. 70 % zainteresowanych wnioskowaniem o środki informację pozyskało za pośrednictwem prowadzonej kampanii informacyjnej. 2. 80 % respondentów ma świadomość istnienia NGR oraz prowadzonych przez nią działań.	2.429,50 zł (kampania radiowa 2017, ulotka o obszarze i funkcjonowaniu u NGR, abonament za domenę i hosting)
2. Upowszechnienie wiedzy dot. w/w kwestii							
3. Zaangażowanie członków NGR w aktywną realizację LSR							

I – XII 2017 rok	Zdobycie informacji na temat satysfakcji z jakości udzielonego doradztwa świadczanego przez Biuro NGR, jakości działań realizowanych przez NGR, jakości planu komunikacyjnego itp. pod kątem ewaluacji tych działań	9. Badanie satysfakcji z jakości i skuteczności funkcjonowania NGR i wdrażania LSR	1. Potencjalni beneficjenci 2. Beneficjenci 3. Członkowie NGR, 4. Lokalna społeczność obszaru NGR (mieszkańcy) 5. Grupa defaworyzowana	- ankiety wypełniane bezpośrednio po udzielonej poradzie w Biurze NGR lub przeprowadzonym zdarzeniu np. konferencji, szkoleniu, - ankiety wypełniane przez osoby odwiedzające Biuro NGR, - ankiety w wersji elektronicznej dostępne na stronie www NGR oraz rozsyłane na adresy e-mailowe, - zgłoszenie uwagi lub opinii bezpośrednio w biurze NGR, listownie lub e-mailowo, lub podczas WZC,	1. Odsetek uczestników działań informacyjnych zadowolonych z ich przeprowadzenia, biorących udział w badaniu ankietowym	1,90% respondentów zadowolonych z przeprowadzonych działań informacyjnych,	bezkosztowo
---------------------	---	--	--	--	---	--	-------------

Aktualizacja, Piła, 18.12.2017 r.

PREZES Zarządu
Wzrostek
[Podpis]

WICEPREZES Zarządu
Zdzisław Cebula
[Podpis]

Nadnotecka Grupa Rybacka
ul. Dąbrowskiego 8
64-920 Piła, tel. 67 351 08 55
regon 301252243 NIP 7642631846