

Cel komunikacji	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki pomiaru efektów działań komunikacyjnych	Termin	Opis planowanych efektów do 2023
Rozpowszechnianie informacji o przeprowadzanych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji przez LGD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</li> <li>- lokalna społeczność</li> <li>- wszystkie grupy defaworyzowane (osoby młode, starsze, niepełnosprawne, kobiety, osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym)</li> <li>- pracownicy biura LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</li> <li>- spotkania informacyjno-konsultacyjne</li> <li>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</li> <li>- biuletyn LGD</li> <li>- ogłoszenia w urzędach, MOPS-ach, GOK-ach itp.</li> <li>- szkolenia dla beneficjentów i pracowników biura LGD i organów LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- liczba wejść na stronę internetową i fanpage</li> <li>- liczba spotkań oraz liczba osób przybyłych</li> <li>- liczba rozprowadzonych plakatów i ulotek</li> <li>- liczba wydanych biuletynów LGD</li> <li>- liczba ogłoszeń umieszczonych w urzędach, MOPS-ach, GOK-ach itp.</li> <li>- liczba przeprowadzonych szkoleń</li> </ul>	I poł. 2017 II poł. 2017	Efektem działań będzie liczba osób poinformowanych o przeprowadzonych konkursach, zasadach przyznawania pomocy, kryteriach oceny i zasadach wyboru operacji planowana liczba uczestników to 15.000 osób.
Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</li> <li>- lokalna społeczność</li> <li>- wszystkie grupy defaworyzowane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</li> <li>- strony internetowe urzędów</li> <li>- urzędach, MOPS-ach, GOK-ach itp.</li> <li>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- liczba wejść na stronę internetową i fanpage</li> <li>- liczba artykułów dotyczących działalności LGD</li> <li>- liczba ogłoszeń umieszczonych w urzędach, MOPS-ach, GOK-ach itp.</li> <li>- liczba rozprowadzonych plakatów i ulotek</li> </ul>	I poł. 2017 II poł. 2017	Efektem działań będzie liczba osób poinformowanych o funkcjonowaniu i działalności LGD planowana liczba odbiorców to 10.000 osób.

Prezes Zarządu Stowarzyszenia  
Lokalna Grupa Działania  
Czarny na Soli  
*Beata Kowalska*

Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beneficjenci i potencjalni beneficjenci</li> <li>- lokalna społeczność</li> <li>- wszystkie grupy defaworyzowane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku</li> <li>- spotkania informacyjno-konsultacyjne</li> <li>- kampania informacyjna: plakaty i ulotki, lokalne media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- liczba wejść na stronę internetową i fanpage</li> <li>- liczba spotkań oraz liczba osób przybyłych</li> <li>- liczba rozprawdzonych plakatów i ulotek oraz liczba ogłoszeń, artykułów zamieszczonych w lokalnych mediach: telewizji, radiu i prasie</li> </ul>	I poł. 2017 II poł. 2017	Efektem działań będzie liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR w ramach spotkań grupy - planowana liczba uczestników to 90 osób.
---	--	--	---	-----------------------------	---

Prezes Zarządu Stowarzyszenia  
Lokalna Grupa Działania  
Czarnozem na Soli  
*Beata Kowalska*