

Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2016 rok

Termin	Działanie komunikacyjne	Środek przekazu	Wskaźnik
II połowa 2016 roku	<i>Kampania promocyjna na temat PROW 2014 - 2020.</i>	✓ Strona internetowa LGD	1. Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie LGD - 10 2. Liczba odsłon witryny internetowej www.ztradycjawnowoczesnosc.pl - 30 000
		✓ Portale społecznościowe np. Facebook	1.Liczba zamieszczonych postów, zasięg postów na portalach społecznościowych - 5 000
		✓ Plakaty informacyjne	1.Liczba rozwieszonych plakatów - 300 szt.
		✓ Ulotki informacyjne	1.Liczba rozdanych broszur informacyjnych - 1000 szt.
		✓ Strony internetowe samorządów	1.Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronach internetowych samorządów - 16
		✓ Spotkania informacyjne	1.Liczba spotkań informacyjnych - 8 szt. 2.Liczba uczestników spotkań informacyjnych - 130 osób
		✓ Gadżety promocyjne	1. Liczba wydanych gadżetów promocyjnych - 2 500 szt.
		✓ Organizacja wydarzeń promocyjnych	1. Liczba wydarzeń promocyjnych - 2
		✓ Stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez	1.Liczba stoisk promocyjnych podczas lokalnych imprez - 3 szt.
	<i>Organizacja szkoleń oraz warsztatów edukujących potencjalnych beneficjentów w zakresie sporządzania wniosków o dofinansowanie oraz prawidłowego rozliczania otrzymanego wsparcia.</i>	✓ Ulotki informacyjne	1.Liczba rozdanych ulotek - 1000 szt.
		✓ Prezentacje	1.Liczba wygłoszonych prezentacji - 8 szt.
✓ Szkolenia		1.Liczba zrealizowanych szkoleń - 8 szt.	