

Harmonogram działań komunikacyjnych Stowarzyszenia Turystyczne Kaszuby w 2025 r. w ramach wdrażania LSR 2021 – 2027

Działanie komunikacyjne	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu	Termin realizacji	Budżet działania	Uzasadnienie przyjętego poziomu kosztów
Działanie I.1.2. Kampanie informacyjne o prowadzonych naborach wniosków	<i>ilość kampanii informacyjnych – 11 szt.</i>	<i>ilość poinformowanych osób: co najmniej 60.000 Os.</i>	styczeń – wrzesień	8.800	- ogłoszenia/informacje na lokalnych portalach informacyjnych (11 x 700 zł) - płatne reklamy postów na portalu społecznościowym (11 x 100 zł (średni budżet na 1 nabór)) - wpis na stronie <a href="http://www.kaszubylgd.pl">www.kaszubylgd.pl</a> informujący o rozpoczęciu wdrażania LSR oraz o możliwościach otrzymania dofinansowania - newsletter – wysyłka z informacją o rozpoczęciu wdrażania LSR oraz o możliwościach otrzymania dofinansowania Wszystkie powyższe działania skierowane będą do mieszkańców obszaru LGD; dotyczyć będą najważniejszych informacji związanych z możliwością otrzymania dofinansowania w ramach poszczególnych naborów wniosków;
Działanie I.1.3. Warsztaty/spotkania z wnioskodawcami/beneficjentami	<i>ilość spotkań – co najmniej 12 szt.</i>	<i>ilość uczestników - co najmniej 120 os.</i>	styczeń - sierpień	3.600	- poczęstunek na warsztatach (12 x 300 zł)
Działanie I.1.4. Bezpośrednie doradztwo świadczone w biurze LGD	<i>liczba osób, którym udzielono indywidualnego doradztwa – co najmniej 150 osób</i>	<i>Liczba osób, która podniosła swoją wiedzę nt. możliwości otrzymania dofinansowania za pośrednictwem LGD – co najmniej 150 osób</i>	styczeń – grudzień	0,00	-

Działanie komunikacyjne I.1.5. Strona internetowa LGD	<i>ilość opublikowanych treści na stronie – co najmniej 20/rok</i>	<i>ilość wejść na stronę – co najmniej 30 000/rok</i>	styczeń – grudzień	0,00	-
Działanie komunikacyjne I.1.6. Bank dobrych praktyk	<i>ilość opublikowanych dobrych praktyk – co najmniej 10/rok</i>	<i>ilość wejść na podstronę – co najmniej 100/rok</i>	styczeń – grudzień	0,00	-
Działanie komunikacyjne I.1.7. Profile LGD na portalach społecznościowych	<i>ilość postów – co najmniej 100/rok</i>	<i>zasięg postów – co najmniej 20 000 odbiorców/rok</i>	styczeń – grudzień	0,00	
Działanie I.2.1. Spotkania członków LGD, w tym Walne Zgromadzenia Członków STK	<i>ilość spotkań – 2 szt.</i>	<i>Ilość uczestników spotkań – co najmniej 120 osób</i>	maj - grudzień	14.000	- organizacja walnego zgromadzenia członków (1 x 7000 zł) – koszt zawiera: wynajem dużej sali na terenie LGD (1000 zł), serwis kawowy ciągły (40 zł/os x 60 os = 2400 zł) oraz obiad (60 zł x 60 os = 3600 zł); koszt oszacowany na podstawie obowiązujących kosztów na usługi gastronomiczne i wynajem sali – wybór miejsca nastąpi w wyniku rozeznania rynku
Działanie I.2.2. Grupa na Facebooku	<i>ilość postów na grupie – co najmniej 12/rok</i>	<i>zasięg postów – co najmniej 500 odbiorców/rok</i>	styczeń – grudzień	0,00	-
Działanie II.1.1. Dokształcanie kadr wdrażających	<i>Ilość spotkań - 3 szt.</i>	<i>Ilość uczestników spotkań - 45 Os.</i>	styczeń - wrzesień	1.350	- organizacja szkoleń (3 x 450 zł) W ramach kosztu jednego szkolenia zaplanowano poczęstunek dla uczestników szkoleń (15 os. x 30 zł); koszt oszacowany na podstawie obowiązujących kosztów na produkty gastronomiczne
<b>Razem:</b>				<b>27.750</b>	

Kartuzy, 18 listopada 2024 r.

.....  
(podpis osób reprezentujących LGD)