Bilaga 11: Kommunikationsplan

**Tid- och aktivitetsplan**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivitet** | **Målgrupp** | **Kanal** | **Tidsperiod** | **Ansvarig** | **Status** | **Övrigt** |
| Kommunicera möjligheterna att söka projektstöd för utvecklingsidéer | Alla som bor och verkar i Leaderområdet | LAG-ledamöter, hemsida, facebook, annonser, möten, trycksak, nyhetsbrev | 2015-2020 | LAG-ledamöterVerksamhetsledare |  |  |
| Kommunicera projektresultat och sprida goda exempel | Finansiärer, projektägare, kommande projektägare m fl | Nyhetsbrev, hemsida, facebook, LAG-ledmöter, möten | 2016-2020Regelbundet när projekt pågår/avslutas | LAG-ledamöterVerksamhetsledare |  |  |
| Stöd för utveckling av projektidéer (tex skrivar-verkstad, studiecirkel) | Potentiella projektägare | Samarbete m studie-förbund,LAG-ledamöter, hemsida, facebook, annonser, möten, trycksak, nyhetsbrev | 2016-2020 | LAG-ledamöterVerksamhetsledare |  |  |
| Stöd för befintliga och potentiella projektägare för att uppnå de horisontella målen | Potentiella och befintliga projektägare | Samarbete m studie-förbund,LAG-ledamöter, hemsida, facebook, annonser, möten, trycksak, nyhetsbrev | 2016-2020 | LAG-ledamöterVerksamhetsledare |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Aktivitet** | **Målgrupp** | **Kanal** | **Tidsperiod** | **Ansvarig** | **Status** | **Övrigt** |
| Kommunicera projekt som aktivt arbetar med horisontella mål | Potentiella projektägare, samarbets-parter, finansiärer m fl | LAG-ledamöter, hemsida, facebook, möten, trycksak, nyhetsbrev | 2016-2020 | LAG-ledamöterVerksamhetsledare |  |  |
| Rapportering till finansiärer | Finansiärer | Rapport | 2016-2023 | Verksamhetsledare AU |  |  |
| Medlemsmöten utöver årsmöte(en gång/år) | Medlemmar | Hemsida, nyhetsbrev, facebook, annons | 2016-2023 | LAG |  |  |
| Slutkonferens | Alla intressenter | Hemsida, nyhetsbrev, facebook, annons | 2022 | LAG |  |  |

**Uppföljning och utvärdering**

Utvärdering ska ske kontinuerligt under programperioden, både gällande strategi, mål, indikatorer och hur informationen om leadermetoden kommuniceras. Under programperioden kan mycket förändras och det är viktigt att anpassa kommunikation och arbetsmetod efter hur samhället, medier och kanaler utvecklas.