

Raport podsumowujący wyniki badania satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD Ziemia Gotyku w latach 2020-2021



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie. Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Operacja mająca na celu sprawne wdrażanie LSR, w tym realizację Planu Komunikacji. Planowane wyniki operacji: Osiągnięcie oczekiwanego postępu finansowego we wdrażaniu LSR.
Typ/nazwa operacji: Wsparcie na rzecz kosztów bieżących i aktywizacji.

Działanie PROW 2014-2020: M19 Wsparcie dla rozwoju lokalnego w ramach inicjatywy LEADER (RLKS – rozwój lokalny kierowany przez społeczność)



Spis treści:



Streszczenie

2



Uwarunkowania i zakres działań komunikacyjnych LGD

3



Analiza satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD w latach 2020-2021 (na podstawie badań ankietowych i danych zastanych)

6



Uwagi i rekomendacje

18



Streszczenie:

LGD Ziemia Gotyku postanowiła sprawdzić, **na ile skuteczne są działania komunikacyjne** tej organizacji. W tym celu zgromadziła sześć zbiorów ankiet od mieszkańców. W ramach badania przeanalizowano zarówno te ankiety, jak i inne materiały (stronę internetową LGD, profil na Facebook'u, Plany komunikacji czy sprawozdania roczne z realizacji LSR).

Ogólna ocena tych działań **wypada bardzo dobrze** w oczach mieszkańców i samej LGD. Kilka drobnych rekomendacji zostało zgłoszone z perspektywy zewnętrznego obserwatora.



Uwarunkowania i zakres działań komunikacyjnych LGD:

Lokalne Grupy Działania (LGD) to lokalne, międzysektorowe partnerstwa, których głównym celem jest działanie na rzecz rozwoju swojej małej ojczyzny poprzez opracowanie i realizację Lokalnych Strategii Rozwoju (LSR, od 2015 roku nazywanych też Strategiami Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność).

LSR finansowane są z funduszy unijnych. Jednym z podstawowych wymogów przy wdrażaniu LSR jest prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych przez LGD (partnerstwom przekazywane są na ten cel specjalne środki, finansowane z funduszu wiodącego danej strategii).

LGD Ziemia Gotyku działa od 2006 roku. W latach 2006-2015 partnerstwo miało formę prawną fundacji, zaś od 2015 r. działania kontynuowane są w formule „stowarzyszenia specjalnego” (wyjątkowo członkiem zwyczajnym takiego stowarzyszenia mogą być osoby prawne – gminy, powiaty, organizacje pozarządowe, instytuty badawcze itp.).

Obecnie Stowarzyszenie „**Lokalna Grupa Działania Ziemia Gotyku**” realizuje Strategię Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność (LSR) dla obszaru Lokalnej Grupy Działania Ziemia Gotyku na lata 2016-2023. W tej Strategii wskazano planowany zakres działań komunikacyjnych LGD (rozdział IX. **Plan komunikacji** oraz załącznik nr 5 do LSR – Plan komunikacji).

Prowadzenie odpowiednich działań komunikacyjnych przez LGD podlega stałemu nadzorowi Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu. LGD musi uzyskać akceptację zarówno planowanych działań (wniosek o przyznanie pomocy), jak i działań rzeczywiście wykonanych (wniosek o płatność i sprawozdanie roczne z realizacji LSR). Efektywność działań informacyjno-promocyjnych jest także co roku oceniana w ramach **ewaluacji własnej LGD** (warsztat refleksyjny).

W ramach komunikacji z mieszkańcami obszaru LGD Ziemia Gotyku **wykorzystuje różnorodne kanały i narzędzia**. Prowadzona jest zarówno komunikacja bezpośrednia (spotkania, warsztaty, doradztwo, zebrania, udział w wydarzeniach lokalnych), jak i pośrednia (ulotki, plakaty, publikacje, strona internetowa, filmiki na kanale YouTube, profil na portalu Facebook).

Podstawową okazją do corocznego spotkania z mieszkańcami obszaru jest **Walne Zebranie Członków** Stowarzyszenia LGD Ziemia Gotyku. Mogą w nim brać udział członkowie LGD i osoby je reprezentujące. Obecnie LGD skupia 45 osób i podmiotów (stan na 06.2021 r.).

Niewielki przyrost liczby członków LGD w latach 2015-2020 (z 40 do 45) może świadczyć o swoistym „nasyceń” partnerstwa lub niewystarczającej promocji korzyści płynących z członkostwa w LGD (w szczególności wśród partnerów społecznych i gospodarczych oraz mieszkańców – osób prywatnych, potencjalnie jest to bardzo liczne grono).

W trakcie Walnego Zebrania omawiane są wszystkie istotne kwestie dla funkcjonowania LGD Ziemia Gotyku. Osoby biorące udział w posiedzeniu mają **możliwość zadawania pytań** i wyjaśniania wszelkich wątpliwości z przedstawicielami LGD, którzy są obecni na miejscu. LGD Ziemia Gotyku publikuje też na swojej stronie internetowej coroczne sprawozdania merytoryczne i finansowe.

Dodatkowymi **okazjami do osobistych spotkań** z mieszkańcami są także:

- Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów i grantobiorców LSR,
- Spotkania informacyjne związane z prowadzonymi naborami,

- Spotkania w ramach doradztwa w Biurze LGD,
- Spotkania animacyjne podnoszące kwalifikacje lokalnych liderów,
- Stoiska LGD ustawiane w trakcie lokalnych wydarzeń (np. festynów, dożynek),
- Udział przedstawicieli LGD w wydarzeniach organizowanych przez inne podmioty (np. gminy, ośrodki kultury, organizacje pozarządowe).

W latach 2020-2021 odbyły się wszystkie wyżej wymienione formy. Bezpośrednie spotkania ze społecznością odbywają się cyklicznie, z w miarę równomiernym natężeniem (szczytem corocznej aktywności jest lato i jesień). Wśród organizowanych wydarzeń **brakuje** jednak czegoś skierowanego do ogółu mieszkańców, **rozpoznawalnego, corocznego, co wyraźnie kojarzyłoby się z Ziemią Gotyku** (tj. użycie nazwy LGD w tytule imprezy, np. III Majówka Rowerowa z LGD Ziemia Gotyku albo III Jesienna Seniorada z LGD Ziemia Gotyku).

Możliwości komunikacji bezpośredniej są siłą rzeczy ograniczone ilością czasu, który członkowie i pracownicy LGD mogą na to poświęcić. Dodatkowe utrudnienia przyniosła też ze sobą **pandemia**. Dlatego warto poświęcić więcej uwagi różnorodnym formom komunikacji pośredniej, które stosuje LGD Ziemia Gotyku.

Najważniejszym kanałem komunikacji pośredniej LGD jest jej **strona internetowa** www.lgd.ziemiagotyku.pl. Można tam znaleźć niezbędne informacje o LGD, dokumenty związane z wdrażaniem LSR (ogłoszenia, wnioski, kryteria), dane kontaktowe, galerię, publikacje, filmy promocyjne, bazę partnerów lokalnych, materiały wypracowane we współpracy z LGD z zagranicy. Z punktu widzenia mieszkańca obszaru najbardziej atrakcyjna jest zakładka Aktualności, w której publikowane są wszelkie informacje o działaniach LGD i jej partnerów.

Warto podkreślić, że **strona internetowa zawiera niektóre ułatwienia w zakresie dostępności** (wynikające z uniwersalnego standardu informacyjno-komunikacyjnego i cyfrowego) np. możliwość zmiany wielkości tekstu czy kontrastu. Brakuje jednak możliwości pełnego przeszukiwania treści w pdf, tekstów alternatywnych przy grafikach, czy wizualizacji treści przy pomocy symboli i ikon, a także dostępności informacji dla osób nie posługujących się językiem polskim.

Układ odnośników w menu po lewej jako najważniejsze wskazuje działania, które już zakończono (LSR 2006-2015 oraz proces konsultacji społecznych obecnej LSR to odpowiednio drugi i trzeci link od góry). Informacje te wydają się być obecnie mniej istotne niż np. publikacje promujące obszar.

Na stronie internetowej **brakuje podsumowania dotychczasowego wsparcia LGD dla obszaru** w formie infografik albo interaktywnej mapy zrealizowanych projektów albo licznika dotacji. Warto byłoby pokazać choć kilka efektów działania LGD np. liczba udzielonych dotacji, łączna wartość dotacji, wybrane wskaźniki rzeczowe (np. liczba wspartych placów zabaw czy świetlic).

Co istotne, **strona internetowa każdej gminy członkowskiej zawiera odnośnik** i przekierowanie do strony internetowej LGD (niektóre wsparte są krótką informacją o LGD). Poza tym gminy na prośbę LGD publikują wybrane komunikaty na swoich stronach internetowych i/lub profilach na portalu Facebook.

Na stronie internetowej, ale także na kanale LGD na YouTube opublikowano dwa **filmy promocyjne** obszaru LGD. W pierwszym materiale, w ciągu łącznie 8 minut i 23 sekund logo LGD jest widoczne zaledwie przez 15 sekund (na początku i na końcu materiału). Sam film, pozbawiony komentarza, jest zlepkiem nagrań z drona wykonanych wokół ciekawych obiektów na terenie każdej z gmin członkowskich i wstawek ze śpiewem lokalnych zespołów/chórów. Informacje zawarte w filmie ograniczają się do podania (w formie napisu) nazwy gminy i konkretnego obiektu, który jest w danej chwili pokazywany (ewentualnie nazwy zespołu).

Drugi materiał filmowy to ujęcia dokumentujące zrealizowane ze środków LSR projekty (dotacje dla przedsiębiorców, działania infrastrukturalne, inicjatywy społeczne i aktywizacyjne). Film ponownie nie zawiera komentarza, od czasu do czasu, w nieregularnych odstępach, pojawia się wypowiedź kogoś z beneficjentów. Przez pierwsze 7 minut nazwa „Ziemia Gotyku” pada kilka razy. Dopiero ostatnia minuta to wypowiedź Prezes LGD tłumacząca cel i przesłanie filmu.

Na kanale **YouTube** umieszczono od 2014 roku 34 materiały, które obejrzało łącznie ponad 11 tysięcy osób (stan na 12.2021 r.). Prawie połowa filmów została opublikowana w ciągu ostatnich 6 miesięcy, co świadczy o rosnącym znaczeniu tej formy komunikacji. Wiąże się to w dużej mierze z ogłoszeniem przez LGD Ziemia Gotyku konkursu na filmik dotyczący zrealizowanego projektu, który był finansowany w ramach LSR. Konkurs łączy wykorzystanie platform YouTube i Facebook. Sama siła oddziaływania kanału na YouTube jest znikoma (kanał LGD subskrybuje zaledwie 39 osób).

LGD Ziemia Gotyku prowadzi także swój **profil na portalu Facebook**, który śledzi około 1.100 osób. Za pomocą profilu mieszkańcy informowani są o wszelkich działaniach LGD (nabory, szkolenia, imprezy i wydarzenia lokalne), a także inicjatywach podejmowanych przez inne podmioty, współpracujące z LGD (np. gminy członkowskie). Aktywność LGD za pomocą tego medium została szerzej opisana w punkcie 8.

Dodatkowo, LGD korzysta w swoich działaniach z **plakatów i ulotek** (dystrybuowanych głównie za pośrednictwem gmin członkowskich) oraz **artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej** (gazeta Poza Toruń). Warto podkreślić, że o ile ulotki i plakaty są wykorzystywane sporadycznie (w zależności od potrzeb), to artykuły i ogłoszenia LGD pokazują się w gazecie Poza Toruń dość regularnie (1-3 artykuły co 6 miesięcy).

W ostatnich latach LGD Ziemia Gotyku opracowała też kilka **własnych publikacji** (np. „Partnerski Włócznik Aktywności” czy dobre praktyki proekologiczne w ramach projektu współpracy ECO-NORTH). Są one szeroko dostępne dla mieszkańców dzięki zamieszczeniu elektronicznej wersji publikacji na stronie internetowej LGD.

Poza możliwościami uchwycenia w badaniach pozostaje ważny (i chyba często niedoceniany) element działań komunikacyjnych LGD. Wiele informacji przekazywanych jest mieszkańcom bezpośrednio przez członków organów LGD (Zarządu, Rady czy Biura) w zwykłych codziennych rozmowach w życiu prywatnym i zawodowym. Ten swoisty „**marketing szeptany**” ma szczególne znaczenie na obszarach wiejskich.

Pełne i szczegółowe zestawienie działań komunikacyjnych przeprowadzonych przez LGD Ziemia Gotyku w latach 2020-2021 stanowi **załącznik do raportu**. Niniejsze badanie ma na celu dostarczenie pełniejszego obrazu sytuacji i odpowiedź na **zasadnicze pytanie: na ile działania komunikacyjne LGD Ziemia Gotyku są satysfakcjonujące dla ich odbiorców?** Analiza została przeprowadzona biorąc pod uwagę trzy perspektywy:

- odbiorców działań (na podstawie przeprowadzonych ankiet),
- LGD Ziemia Gotyku (wnioski z dotychczasowych warsztatów refleksyjnych),
- zewnętrznego obserwatora (osoby realizującej badanie).

Pod uwagę wzięte zostały informacje zawarte w następujących dokumentach (analiza danych zastanych):

- Strategia Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność (LSR) dla obszaru Lokalnej Grupy Działania Ziemia Gotyku na lata 2016-2023 (w aktualnym brzmieniu),
- Harmonogram planu komunikacji na 2020 r.,
- Harmonogram planu komunikacji na 2021 r.,
- Harmonogram planu komunikacji na 2021 r z dnia 24.11.2021 r.,

- Harmonogram planu komunikacji na 2022 rok,
- Wyciąg informacji ze sprawozdań rocznych z realizacji LSR za lata 2018-2020.

Wszystkie wskazane powyżej dokumenty (z wyjątkiem sprawozdań rocznych z realizacji LSR) zostały umieszczone na **stronie internetowej LGD**: www.lgd.ziemiagotyku.com.pl w zakładce RLKS 2014-2020.

To właśnie strona internetowa jest głównym źródłem danych o bieżących działaniach LGD Ziemia Gotyku. Znajdują się tu informacje o samej LGD i wdrażaniu LSR, ale także treści związane z promocją obszaru, konkursami dla mieszkańców, czy aktualnościami od partnerów (imprezy lokalne, szkolenia, konferencje).

Dodatkowo, szczególnie w ostatnim czasie, rośnie znaczenie **mediów społecznościowych** w kontaktach między organizacjami a mieszkańcami. Badanie zostało więc poszerzone o analizę treści zamieszczonych przez LGD Ziemia Gotyku na portalu Facebook w okresie 01.01.2021-11.10.2021 r.



Analiza satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD w latach 2020-2021 (na podstawie badań ankietowych i danych zastanych)

1. Badania ankietowe – wprowadzenie:

Jako materiały do badania LGD Ziemia Gotyku zgromadziła **sześć zestawów danych**:

- karty oceny jakości udzielonego doradztwa (106 sztuk),
- ankieta - ocena spotkań animacyjnych w dniu 24.06.2021 r. (13 sztuk) i 14.10.2021 r. (11 sztuk),
- ankieta - ocena spotkania informacyjnego w dniu 02.09.2021 r. (9 sztuk),
- ankieta - ocena Forum Współpracy w dniu 06.10.2021 r. (11 sztuk),
- ankieta – ocena funkcjonowania LGD (45 sztuk),
- ankieta – ocena działań komunikacyjnych LGD (107 sztuk).

Dokumenty te można podzielić na **dwa wyraźne zbiory**. W jednym znajdują się ankiety krótkie, często jednostronnicowe, składające się z 5-8 pytań zamkniętych (karty doradztwa, spotkania animacyjne, spotkanie informacyjne i Forum Współpracy). Dwie pozostałe ankiety dotyczące funkcjonowania LGD oraz działań komunikacyjnych są znacznie dokładniejsze i rozbudowane, zawierają też pytania otwarte (na które należy odpowiedzieć własnymi słowami).

Trzeba podkreślić, że **łączna zgromadzona liczba ankiet jest niewielka**. Na podstawie takiej liczby uzyskanych odpowiedzi nie można wyciągać daleko idących wniosków (bo próba nie jest reprezentatywna). Dodatkowym utrudnieniem w analizach jest **silne zróżnicowanie poszczególnych ankiet**. Poruszają one nieco inne zagadnienia, ale najwięcej problemów sprawia ciągła zmienność stosowanych skal oceny (od 2 do 6-punktowych, z inną kolejnością odpowiedzi, z rozbieżnym nazewnictwem poszczególnych odpowiedzi itd.).

W tabeli poniżej syntetycznie zaprezentowano zakres każdej z ankiet. Tylko kilka pytań powtarza się w więcej niż jednej ankiecie, w tabeli zaznaczono je kolorem zielonym. W trzech przypadkach pytania są podobne, ale zastosowano różne skale w odpowiedziach. Przy dokładnej analizie pytania te mogłyby stać się porównywalne. W tabeli zaznaczone je kolorem żółtym.

Lista ocenianych elementów w poszczególnych ankietach:

Element: (zastosowana skala oceny)	karty doradztwa	spotkania animacyjne	spotkanie informacyjne	Forum Współpracy	funkcjonowa- nie LGD	działania komunikacyjne
Spełnianie oczekiwań (1-5)	✓					
Jasność i zrozumiałość przekazu (1-5)	✓	✓	✓	✓		
Godziny urzędowania (1-5)	✓					
Dogodne godziny urzędowania (zdecydowanie się zgadzam-raczej się zgadzam-raczej się nie zgadzam- zdecydowanie się nie zgadzam-trudno powiedzieć)					✓	
Użyteczność wiedzy (1-5)	✓					
Ogólna jakość usługi (1-5)	✓					
Ogólna jakość (bardzo dobrze-dobrze-średnio-źle)		✓	✓	✓		
Zadowolenie z udziału (T/N)		✓	✓	✓		
Wyczerpujący zakres (zdecydowanie tak-raczej tak-raczej nie- zdecydowanie nie)			✓	✓		
Wyczerpujący zakres (T/N)		✓				
Kwestie organizacyjne: <ul style="list-style-type: none"> • czas (1-5), • miejsce (1-5), • wyposażenie (1-5), • materiały dydaktyczne (1-5), • prowadzący (1-5), • wyżywienie (1-5). 		✓	✓	✓		
Ocena działalności LGD (bardzo dobrze-dobrze-i dobrze i źle- raczej źle-bardzo źle-trudno powiedzieć)					✓	
Aktualność strony internetowej (zdecydowanie się zgadzam-raczej się zgadzam-raczej się nie zgadzam- zdecydowanie się nie zgadzam-trudno powiedzieć)					✓	
Skuteczna pomoc telefoniczna biura (zdecydowanie się zgadzam-raczej się zgadzam-raczej się nie zgadzam- zdecydowanie się nie zgadzam-trudno powiedzieć)					✓	
Łatwość umówienia się na spotkanie z biurem (zdecydowanie się zgadzam-raczej się zgadzam-raczej się nie zgadzam- zdecydowanie się nie zgadzam-trudno powiedzieć)					✓	

Element: (zastosowana skala oceny)	karty doradztwa	spotkania animacyjne	spotkanie informacyjne	Forum Współpracy	funkcjonowa- nie LGD	działania komunikacyjne
Ocena pracowników biura: <ul style="list-style-type: none"> wiedza, zaangażowanie, rzetelność, uprzejmość. (zdecydowanie się zgadzam-raczej się zgadzam-raczej się nie zgadzam-zdecydowanie się nie zgadzam-trudno powiedzieć)					✓	
Źródła informacji o LGD (kontakty bezpośrednie z władzami LGD, kontakty bezpośrednie z biurem, walne zebranie członków, strona www, e-maile, portale społecznościowe, ulotki, szkolenia, wizyta w biurze, stoisko na imprezie, inne)					✓	
Źródła informacji o LGD (strona www LGD, strona www LSR, strona www gminy, portal społecznościowy, stoisko na imprezie, prasa lokalna, Urząd Marszałkowski, od znajomych, inne)						✓
Preferowana informacja zwrotna (ankieta papierowa, ankieta elektroniczna, kontakt bezpośredni z LGD, e-mail, telefon, portal społecznościowy ¹ , panel dyskusyjny na szkoleniu, inne)					✓	✓
Źródła informacji o potrzebach mieszkańców (własne doświadczenia, rozmowy z mieszkańcami, rozmowy z władzami/NGO, media, internet, badania społeczne, inne)					✓	
Spójność konkursów z potrzebami mieszkańców (idealna-w większości przypadków-często się mijają-prawie w ogóle nie odpowiadały-trudno powiedzieć)					✓	
Najważniejsze problemy społeczne mieszkańców (pytanie otwarte)					✓	
Wpływ środków LSR na zdiagnozowane problemy (zdecydowanie nie-raczej nie-zdecydowanie tak-raczej tak-trudno powiedzieć)					✓	
Problemy nieuwjęte w LSR (pytanie otwarte)					✓	

¹ W ankiecie oceniającej działania komunikacyjne nie przewidziano odpowiedzi „portal społecznościowy”. Pozostałe kategorie były identyczne w obu ankietach.

Element: (zastosowana skala oceny)	karty doradztwa	spotkania animacyjne	spotkanie informacyjne	Forum Współpracy	funkcjonowanie LGD	działania komunikacyjne
Efektywność projektów LSR (tak, inne projekty byłyby bardziej efektywne-zastosowanie innych projektów dałoby podobne rezultaty- nie, inne projekty byłyby mniej efektywne-trudno powiedzieć)					✓	
Efektywność dotacji na przedsiębiorczość (zdecydowanie tak-tylko w niewielkim stopniu-zdecydowanie nie-trudno powiedzieć)					✓	
Adekwatność budżetu LSR (zdecydowanie tak-raczej tak-zdecydowanie nie-raczej nie-trudno powiedzieć)					✓	
Efektywność grantów w rozwiązywaniu wybranych problemów (zdecydowanie nie-raczej nie-zdecydowanie tak-raczej tak-trudno powiedzieć)					✓	
Efektywność wydatkowania środków (zdecydowanie tak-raczej tak-raczej nie-zdecydowanie nie-trudno powiedzieć)					✓	
Ocena procesu naboru (niedostateczna-mierna-dostateczna-dobra-bardzo dobra)					✓	
Uwagi dotyczące procedur (pytanie otwarte)					✓	
Dodatkowe działania LGD (LGD powinna się ograniczyć do założeń LSR-LGD powinna również podejmować działania poza LSR-trudno powiedzieć)					✓	
Propozycje dodatkowych działań LGD (pytanie otwarte)					✓	
Ocena sposobów komunikacji: <ul style="list-style-type: none"> • strona www, • e-maile, • inf. telefoniczne, • szkolenia/spotkania, • warsztaty tematyczne, • spotkania animujące, • artykuły w prasie, • materiały inf.-promocyjne, • konkursy i filmiki, • strony www gmin, • inne. (bardzo dobrze-dobrze-źle-bardzo źle-nie mam zdania)						✓

Element: (zastosowana skala oceny)	karty doradztwa	spotkania animacyjne	spotkanie informacyjne	Forum Współpracy	funkcjonowanie LGD	działania komunikacyjne
Skuteczność: <ul style="list-style-type: none"> • strona www, • e-maile, • spotkanie w każdej gminie, • tablice ogłoszeń UG, • tablice ogłoszeń miejscowości, • media lokalne, • portal społecznościowy, • ulotki, plakaty, • doradztwo w biurze LGD, • szkolenia, • stoiska na imprezach, • inne. (wskazanie max. 3 odpowiedzi)						✓
Chęć bieżącego informowania (zdecydowanie tak-raczej tak-raczej nie-zdecydowanie nie)						✓
Rodzaje pożądanych informacji (zmiany LSR, nabory, bieżące wydarzenia, publikacje, warsztaty/szkolenia, inne; max. 1 odpowiedź)						✓
Inne uwagi (pytanie otwarte)	✓	✓	✓	✓	✓	

Tak szeroki zakres tematyczny danych powinien sprawiać duży problem na etapie analizy. Jednak w przypadku LGD Ziemia Gotyku nie ma z tym najmniejszych trudności. Wynika to z prostego faktu: **prawie wszyscy respondenci bardzo wysoko oceniają działania komunikacyjne LGD**, niezależnie od tego, który konkretnie zbiór danych będziemy analizować.

Dlatego też zamiast szczegółowego omówienia każdego zbioru ankiet, w dalszej części zostanie (przewrotnie) krótko opisany uzyskany wynik i **ewentualne uwagi od respondentów, bądź przypadki, gdzie nie przyznano najwyższej możliwej oceny**.

Tak dobre ogólne oceny działalności LGD w oczach mieszkańców nie powinny bowiem „uśpić czujności” osób odpowiedzialnych za komunikację. Zawsze istnieje pole do poprawy, rozwoju czy innowacji. W dalszej części omówione zostaną (nieliczne) sugestie respondentów w tym zakresie.

2. Analiza kart oceny jakości udzielonego doradztwa:

Karty wypełniło 106 osób, **wszyscy ocenili ogólną jakość usługi jako bardzo dobrą**. Najniższą wystawioną notą (w skali od 1 do 5) była ocena 4 (dobra).

Trzy osoby oceniając, czy doradztwo spełniło ich oczekiwania wystawiło ocenę dobrą. Także cztery osoby wystawiły ocenę dobrą w odniesieniu do jasności i zrozumiałości przekazywanych na doradztwie informacji.

Dwa takie przypadki wystąpiły przy ocenie użyteczności przekazanej wiedzy, a jedna osoba nie była w 100% zadowolona z godzin urzędowania.

3. Analiza ankiet ze spotkań animacyjnych:

Spośród 23 respondentów **wszyscy byli zadowoleni, że wzięli udział w spotkaniu oraz jednogłośnie bardzo dobrze ocenili prowadzącego**. Najniższą wystawioną oceną była 3 (dostateczna).

19 osób oceniło ogólnie organizację spotkania animacyjnego bardzo dobrze, trzy osoby wystawiło ocenę dobrą, a jedna nie odpowiedziała na to pytanie. 7 osób oczekiwało nieco bardziej wyczerpujących informacji (oceniając ten element jako zrealizowany dobrze). 3 osoby oceniły miejsce i czas spotkania jako dobre, a jedna osoba jako dostateczne. Dwie osoby na czwórkę oceniły materiały dydaktyczne, zaplecze techniczne i wyżywienia, a jedna osoba w tych trzech kategoriach wystawiła ocenę dostateczną.

4. Analiza ankiet ze spotkania informacyjnego:

Wszystkich 9 uczestników spotkania było zadowolonych, że wzięło w nim udział. W ogólnej ocenie tylko jedna osoba wystawiła spotkaniu ocenę dobrą. **W najwyższy możliwy sposób oceniono** czas i miejsce spotkania, wyposażenie techniczne, materiały dydaktyczne oraz osobę prowadzącą. Dwie osoby oczekiwały nieco bardziej wyczerpującego omówienia tematu, wystawiając w tym zakresie ocenę dobrą.

5. Analiza ankiet z Forum Współpracy:

Ponownie, **wszyscy uczestnicy byli zadowoleni, że mogli wziąć udział w Forum**. Tym razem pojawiło się jednak nieco więcej ocen innych niż bardzo dobra (w szczególności w odniesieniu do czasu i miejsca spotkania).

Spośród uczestników tylko 4 osoby oceniły zakres tematyczny jako zdecydowanie wyczerpujący, 5 osób uznało go za raczej wyczerpujący, a jedna osoba jako raczej niewyczerpujący. Podobnie w odniesieniu do czasu przeprowadzenia spotkania – cztery osoby oceniły go na 5, sześć osób na 4, a jedna osoba na 3. Miejsce spotkania jedna osoba uznała za dobre, a jedna za dostateczne. Dwie osoby nie były całkowicie zadowolone z wyposażenia technicznego, jedna osoba wystawiła ocenę dostateczną. Pięć osób oczekiwało czegoś więcej od materiałów dydaktycznych (przyznając im notę 4). Jeden uczestnik ocenił osobę prowadzącą (pod względem wiedzy i komunikatywności) jako dobrą.

6. Analiza ankiet dotyczących funkcjonowania LGD:

Spośród 45 respondentów **prawie połowa (22 osoby) oceniła działalność LGD jako bardzo dobrą**, kolejne 8 osób udzieliło odpowiedzi „raczej dobrą”. Wśród osób niezadowolonych dwie wskazały odpowiedź „i dobrze i źle”, 3 osoby – „raczej źle” i 2 osoby „bardzo źle”. Warto zwrócić uwagę na powody takiej oceny: dwie osoby stwierdziły, że nie widać efektów działań LGD, są one „całkowicie nieistotne i niezauważalne”, zaś jedna osoba uważa, że „wsie popegeerowskie są pomijane”.

Kolejne pytanie ankiety odnosiło się do warunków komunikacji LGD-mieszkańcy. Ze względu na cel badania warto szerzej omówić uzyskane odpowiedzi. Respondenci zostali poproszeni o wyrażenie swojej opinii odnośnie ośmiu stwierdzeń (czterech dotyczących kwestii organizacyjnych biura i czterech dotyczących zasobów kadrowych). Rozkłady odpowiedzi są w tabeli poniżej.

Proszę ocenić poniższe zdania dotyczące Biura LGD	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć
Godziny pracy biura LGD są dogodne dla klientów	17	10	4	2	5
Strona internetowa zawiera aktualne informacje	22	9	2	1	4
Odpowiedzi na wiele pytań można uzyskać telefonując do biura LGD	25	4	0	2	7
Łatwo umówić się na spotkanie z pracownikami biura LGD	24	5	0	3	6
Pracownicy mają wiedzę odpowiednią do wykonywanej pracy	23	4	4	3	19
Pracownicy z zaangażowaniem wykonują swoje obowiązki	23	4	3	4	19
Pracownicy udzielają rzetelnych informacji i porad	23	5	3	3	19
Pracownicy są mili i uprzejmi	21	7	5	1	19

Trzy najlepiej ocenione elementy to łatwość uzyskiwania odpowiedzi telefonicznych i umawiania się na spotkania z pracownikami biura oraz aktualność strony internetowej LGD. Obszarami, w których respondenci zgłaszali najczęściej zastrzeżenia były zaś wiedza i zaangażowanie pracowników biura oraz rzetelność porad udzielanych przez LGD. Liczba wypełnionych ankiet jest zbyt mała żeby formułować jakiegokolwiek inne wnioski.

Najczęstszymi źródłami wiedzy o działaniach LGD są dla respondentów: bezpośrednie kontakty z pracownikami biura i władzami LGD (30 odpowiedzi), strona internetowa LGD (19 odpowiedzi) i e-maile (10 odpowiedzi). Inne są jednak preferencje przy komunikacji w drugą stronę – respondenci najchętniej informowaliby LGD za pomocą e-maili (21 odpowiedzi), ankiet elektronicznych (18 odpowiedzi) oraz telefonicznie i bezpośrednio (po 14 wskazań).

Dodatkowo, 7 osób oceniło skuteczność informowania o ogłaszanych naborach wniosków (skuteczność informowania, powszechność, dostępność informacji – generalnie: czy informacja była dostępna?). Cztery osoby wystawiły ocenę bardzo dobrą, a trzy osoby – dobrą.

7. Analiza ankiet dotyczących działań komunikacyjnych LGD:

Ankiety wypełniło 107 osób. Wskazały one, że najczęstszym źródłem informacji o LGD są: strona internetowa LGD, strony internetowe gmin i stoiska informacyjno-promocyjne na imprezach.

Uczestnicy badania zostali poproszeni o ocenę dotychczasowych sposobów komunikacji. W odniesieniu do każdego z obszarów respondent mógł wystawić ocenę: bardzo dobrze, dobrze, źle, bardzo źle lub nie mam zdania.

Najlepiej ocenione kanały komunikacji to: strona internetowa LGD, materiały informacyjno-promocyjne i szkolenia/spotkania. Najniższą ocenę otrzymały zaś: informacje na stronach internetowych gmin, artykuły w prasie lokalnej i informacje telefoniczne od pracowników biura LGD.

Jak Pan/Pani ocenia dotychczasowe sposoby komunikowania się LGD z lokalną społecznością?	Bardzo dobrze	Dobrze	Źle	Bardzo źle	Nie mam zdania
strona internetowa LGD www.lgd.ziemiagotyku.com	46	27	5	1	3
informacje wysyłane pocztą elektroniczną (e-maile)	46	13	5	1	15
informacje przekazywane telefonicznie przez pracownika Biura LGD	45	15	4	2	13
szkolenia / spotkania informacyjne związane z naborami wniosków w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju LGD	40	25	4	1	9
warsztaty tematyczne np. związane z projektami w zakresie włączenia społecznego	37	23	4	1	12
spotkania animujące lokalną społeczność	34	25	6	1	10
artykuły w prasie lokalnej – bezpłatna gazeta POZA TORUŃ	26	28	6	4	13
materiały informacyjne i promocyjne wydawane przez LGD (ulotki, plakaty, foldery)	42	26	6	1	4
konkursy i filmiki promujące obszar LGD	29	31	5	1	11
informacje o działaniach LGD publikowane na stronach internetowych gmin Chełmża, Łubianka, Łysomice, Papowo Biskupie i Miasta Chełmża	33	34	6	3	5
inne sposoby. Jakie?	2	2	2	1	5

Tylko w trzech przypadkach nie dominują oceny bardzo dobre. Dotyczy to artykułów w prasie lokalnej, konkursów i filmików promujących obszar oraz informacji na stronach www gmin.

Za **najskuteczniejsze kanały informowania** mieszkańców badani wskazali: bezpośrednie spotkania informacyjne w każdej gminie (43 odpowiedzi), stronę internetową LGD (40 odpowiedzi) i posty na portalu społecznościowym (32 odpowiedzi). Najbardziej zaś oceniono skuteczność plakatów/ulotek oraz informacji wywieszanych na tablicach informacyjnych UG i poszczególnych miejscowości. Wskazuje to na wyraźny zwrot w kierunku komunikacji elektronicznej, cyfrowej.

81 na 83 osoby są zainteresowane przesyłaniem bieżących informacji przez LGD Ziemia Gotyku. Przede wszystkim pożądaną są informacje o naborach prowadzonych przez LGD, wydarzenia LGD (konkursy, konferencje) oraz warsztaty/szkolenia/wyjazdy studyjne.

Preferowane sposoby komunikacji zwrotnej zostały wskazane podobnie, jak w badaniu funkcjonowania LGD. Mieszkańcy chcieliby przekazywać informacje do LGD za pośrednictwem ankiet elektronicznych (41 wskazań), mailowo (40 wskazań) i telefonicznie (35 wskazań). Za najmniej atrakcyjne formy uznano ankiety papierowe i panele dyskusyjne po spotkaniach/szkoleniach.

8. Analiza treści zamieszczanych na portalu Facebook:

LGD Ziemia Gotyku prowadzi swój **profil na portalu Facebook** od 2013 roku. Pojawiają się tam informacje o wdrażaniu LSR (nabory, zmiany dokumentów), działaniach własnych LGD (szkolenia, spotkania,

konkursy dla mieszkańców), działaniach partnerów LGD (imprezy lokalne, ogłoszenia o naborach uczestników projektu) oraz ciekawych inicjatywach lokalnych na obszarze LGD Ziemia Gotyku.

Facebook był także wykorzystywany do promocji omawianych wcześniej badań ankietowych (dotyczących funkcjonowania LGD oraz oceny działań komunikacyjnych).

Informacja o przeprowadzanej ankiecie została zamieszczona na stronie internetowej LGD oraz jej profilu na Facebook'u.

Ziemia Gotyku
20 stycznia · 🌐

Oceń Ziemię Gotyku 😊
👇👇👇
Zachęcamy do wypełnienia ankiety dotyczącej funkcjonowania naszej LGD.
Podobnie jak podczas tworzenia strategii, tak i teraz, na etapie jej wdrożenia pragniemy poznać Państwa opinie, by jeszcze sprawniej działać na terenie LGD Ziemia Gotyku.

link do ankiety 👉👉 <https://omikronbadania.pl/questo/b.php?a=09251688&&b=986975a1a&&c=f8a2083e>

**Ocena funkcjonowania
LGD
Ziemia Gotyku**

👍 2 4 udostępnienia

Posty są publikowane na profilu regularnie (przynajmniej jedna informacja w tygodniu). Niepokojącą tendencją jest publikacja kilku a nawet kilkunastu odrębnych postów dziennie. W rekordowym dniu (07.06.2021 r.) opublikowano aż 25 postów, z czego 23 stanowiły zgłoszenia w konkursie fotograficznym (każde zdjęcie zamieszczono jako odrębny post, zamiast stworzenia dedykowanego albumu).

Tak duża ilość upublicznianych informacji (155 postów w 9 miesięcy) może powodować trudności w komunikacji z mieszkańcami. Najważniejsze informacje (jak: ogłoszenie naboru przez LGD, zmiana godzin pracy biura) giną w zalewie pozostałych treści. LGD nie stosuje tu żadnego wyróżnienia dla najważniejszych postów (przypięcie posta, zmiana zdjęcia w tle).

Brakuje pełnego wykorzystania narzędzi social media: planowania daty publikacji z wyprzedzeniem, spójnej identyfikacji wizualnej (które posty są ważne, a które stanowią codzienne informacje), cykliczności treści (np. opis projektu zrealizowanego ze środków LSR w każdy poniedziałek).

Za wyraźnie pozytywny należy za to uznać sposób tworzenia treści. **Większość informacji to ogłoszenia własne LGD** (opis słowny i grafiki przygotowane specjalnie do celu publikacji). Rzadko pojawia się typ partnerski, gdzie LGD jedynie udostępnia na profilu cudze treści. Nawet jeśli informacja pochodzi od podmiotu innego niż LGD, pracownicy biura dodają najczęściej swoje opisy i tagi przy publikacji posta (typ łączony).

Ponadto, **przytłaczająca większość postów zawiera dodatkowe elementy poprawiające ich odbiór** (załączone grafiki, zdjęcia, linki czy filmiki). Najmniej atrakcyjne są jednak treści najistotniejsze z punktu widzenia umowy ramowej (skrócenie godzin pracy biura, nabór wniosków LGD).

Zestawienie postów na profilu LGD Ziemia Gotyku zamieszczonych na portalu Facebook w 2021 r. (do dnia 11.10.2021 r. – dzień rozpoczęcia badania):

Lp	Data publikacji:	Tematyka	Typ ogłoszenia	Załączniki
1	04.01.2021	historyczna	partnerskie	film
2	13.01.2021	zima (zdjęcie w tle)	własne	zdjęcie
3	13.01.2021	nabór wniosków	partnerskie	film
4	20.01.2021	ankieta LGD	własne	link i grafika
5	22.01.2021	informacja prasowa (zagraniczna)	własne	zdjęcia
6	25.01.2021	akcja charytatywna (WOŚP)	własne	zdjęcia
7	26.01.2021	warsztat refleksyjny zaproszenie	własne	link i grafiki
8	27.01.2021	polskie LGD	partnerskie	grafika
9	29.01.2021	publikacja KSOW	łączony	link i grafika
10	29.01.2021	projekt inkubator przedsiębiorczości	łączony	link i grafika
11	05.02.2021	warsztat refleksyjny zaproszenie	własne	link i grafika
12	09.02.2021	warsztat refleksyjny zaproszenie	własne	link i grafika
13	10.02.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	link i grafika
14	11.02.2021	polskie LGD	własne	link i film
15	15.02.2021	spotkanie KSOW	własne	link i grafiki
16	17.02.2021	spotkanie animacyjne granty EFS	własne	film
17	19.02.2021	projekt przewodnik po gminie Chełmża	łączony	link i grafiki
18	22.02.2021	projekt teren rekreacyjny w Papowie Biskupim	własne	grafiki
19	22.02.2021	projekt park wiejski w Wytrębrowicach	własne	grafiki
20	24.02.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika
21	26.02.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafiki
22	26.02.2021	Dzień NGO	własne	link i grafika
23	26.02.2021	projekt Papowo Biskupie i okolica	łączony	link i grafika
24	01.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	link i grafika
25	02.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika
26	02.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika

27	02.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	film/animacja
28	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika
29	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika
30	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
31	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
32	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
33	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
34	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
35	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
36	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
37	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
38	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes - zgłoszenie	własne	film
39	04.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika
40	08.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika
41	08.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	link i grafika
42	09.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	grafika
43	09.03.2021	nabór uczestników projektu	łączony	grafika
44	09.03.2021	konkurs Kobiety biznes	własne	film/transmisja na żywo
45	09.03.2021	nabór uczestników projektu	łączony	link i grafika
46	09.03.2021	nabór uczestników projektu	łączony	link i grafiki
47	11.03.2021	zaproszenie do grupy FB	partnerskie	link i grafika
48	16.03.2021	szkolenie KSOW	łączony	link i grafika
49	16.03.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	grafika
50	16.03.2021	lokalna żywność	własne	link i grafika
51	17.03.2021	projekt przewodnik po gminie Łubianka	własne	link i grafiki
52	26.03.2021	spotkanie FFW	własne	grafika
53	31.03.2021	życzenia wielkanocne	własne	grafika
54	07.04.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	grafika
55	12.04.2021	konkurs fotograficzny	własne	grafika
56	19.04.2021	Dzień Ziemi 2021	własne	link i grafiki
57	19.04.2021	Dzień Ziemi 2021	własne	link i grafiki
58	20.04.2021	Dzień Ziemi 2021	łączony	link i grafiki
59	21.04.2021	ekologia, ochrona środowiska	łączony	grafika
60	22.04.2021	Dzień Ziemi 2021	łączony	grafika
61	28.04.2021	konkurs fotograficzny	własne	link i grafika
62	06.05.2021	projekt „W zdrowym ciele zdrowy duch”	własne	link i grafiki
63	13.05.2021	wiosna (zdjęcie w tle)	własne	zdjęcie
64	14.05.2021	warsztaty dla animatorów	własne	film/animacja
65	14.05.2021	konkurs logo inkubatora	łączony	link i grafika
66	19.05.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	grafika
67	19.05.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	grafika
68	20.05.2021	warsztaty dla animatorów	własne	grafika
69	21.05.2021	konkurs fotograficzny	własne	grafika
70	21.05.2021	projekt „W zdrowym ciele zdrowy duch”	własne	link i grafiki
71	21.05.2021	projekt „Do dzieła!”	własne	link i grafiki
72	24.05.2021	konsultacje społeczne LSR	własne	link
73	25.05.2021	nieczynne biuro LGD	własne	-
74	26.05.2021	warsztaty dla animatorów	własne	grafiki

75	27.05.2021	nieczynne biuro LGD	własne	-
76	27.05.2021	projekt „Klub otwartych drzwi”	łączony	link i grafika
77	31.05.2021	konkurs fotograficzny	własne	grafika
78	31.05.2021	nieczynne biuro LGD	własne	-
79	01.06.2021	warsztaty dla animatorów	własne	grafiki
80	01.06.2021	ogłoszenie impreza lokalna	własne	grafika
81	01.06.2021	życzenia Dzień Dziecka	własne	film/animacja
82	01.06.2021	konkurs filmowy	własne	link i grafika
83	02.06.2021	nieczynne biuro LGD	własne	-
84	07.06.2021	konkurs fotograficzny	własne	link
85	07.06.2021	konkurs fotograficzny	własne	film/animacja
86	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
87	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
88	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
89	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
90	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
91	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
92	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
93	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
94	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
95	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
96	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
97	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
98	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
99	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
100	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
101	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
102	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
103	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
104	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
105	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
106	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
107	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
108	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
109	07.06.2021	konkurs fotograficzny - zgłoszenie	własne	zdjęcie
110	08.06.2021	nieczynne biuro LGD	własne	-
111	09.06.2021	warsztaty dla animatorów	własne	grafiki
112	11.06.2021	konkurs fotograficzny	własne	film/animacja
113	11.06.2021	projekt „Lider dla seniorów”	własne	zdjęcia
114	17.06.2021	konkurs fotograficzny	własne	link
115	25.06.2021	projekt „Do dzieła!”	własne	grafiki
116	29.06.2021	warsztat FFW	własne	grafiki
117	30.06.2021	konkurs fotograficzny	własne	zdjęcia
118	08.07.2021	nieczynne biuro LGD	własne	-
119	09.07.2021	ogłoszenie impreza lokalna	partnerskie	grafika
120	12.07.2021	warsztaty PWA	własne	grafiki
121	12.07.2021	konkurs filmowy - zgłoszenie	własne	film
123	13.07.2021	Lokalna Baza Partnerów	własne	linki i grafika
124	16.07.2021	ogłoszenie impreza lokalna	własne	grafiki

125	17.07.2021	ogłoszenie impreza lokalna	własne	grafiki
126	19.07.2021	Lokalna Baza Partnerów	własne	linki i grafika
127	21.07.2021	Lokalna Baza Partnerów	własne	linki i film
128	23.07.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	link i grafika
129	27.07.2021	animacje dla dzieci	własne	zdjęcia
130	02.08.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	link i grafika
131	02.08.2021	publikacja PWA	własne	link i grafika
132	03.08.2021	projekt „Uwolnij siebie”	łączony	link i zdjęcia
133	05.08.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	link i grafika
134	12.08.2021	Młodzieżowy Pakiet Klimatyczny	własne	link
135	12.08.2021	konkurs filmowy - zgłoszenie	własne	film
136	12.08.2021	ekologia, ochrona środowiska	własne	link i grafika
137	13.08.2021	ankieta RLKS	własne	grafika
138	16.08.2021	ekologia, ochrona środowiska	własne	link i grafika
139	17.08.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	link i grafika
140	20.08.2021	nabór uczestników projektu	partnerskie	link i grafika
141	23.08.2021	dożynki gminne	własne	zdjęcia
142	30.08.2021	historyczna	partnerskie	zdjęcia
143	30.08.2021	ekologia, ochrona środowiska	własne	link i grafika
144	01.09.2021	konkurs filmowy	własne	film
145	06.09.2021	ankieta FAOW	partnerskie	link i grafika
146	15.09.2021	Forum Współpracy ekologia	własne	grafiki
147	16.09.2021	konkurs filmowy - zgłoszenie	własne	film
148	20.09.2021	wizyta studyjna	partnerskie	link i zdjęcia
149	22.09.2021	konkurs filmowy	własne	grafika
150	28.09.2021	Forum Współpracy ekologia	własne	grafiki
151	29.09.2021	Ogłoszenie nabory LGD	własne	grafiki
152	04.10.2021	Forum Współpracy ekologia	własne	grafiki
153	06.10.2021	Spotkania informacyjne LGD	własne	grafiki
154	07.10.2021	konkurs filmowy - zgłoszenie	własne	film
155	08.10.2021	Forum Współpracy podsumowanie	własne	zdjęcia

9. Ocena własna działań komunikacyjnych LGD:

LGD w ramach ewaluacji wewnętrznej co roku ocenia między innymi skuteczność swoich działań informacyjno-promocyjnych. Na podstawie danych z warsztatów refleksyjnych za 2018, 2019 i 2020 rok można stwierdzić, że **LGD jest zadowolona z tego obszaru swojej działalności**. Jedynym postulatem LGD (zgłaszanym za rok 2018) było odciążenie pracowników biura ze spraw administracyjnych na rzecz szerszej aktywizacji mieszkańców.



Uwagi i rekomendacje:

Opinie bezpośrednich odbiorców działań komunikacyjnych:

Do biura LGD zgłaszany jest czasami przez przedsiębiorców postulat dotyczący wydłużenia godzin pracy. W odpowiedzi na tą potrzebę można zaproponować **okresowe wydłużanie godzin pracy biura LGD** (np. każda 1. i 3. środa miesiąca do g. 18.00).

Ponadto, jedna z osób uczestniczących w spotkaniu animacyjnym zgłosiła, że warto byłoby poświęcić na to więcej czasu niż zaplanował organizator.

Opinia LGD:

Działania komunikacyjne są oceniane bardzo dobrze. Jedynym postulatem jest więcej czasu dla pracowników biura na prowadzenie aktywizacji mieszkańców „w terenie”, a nie „zza biurka”.

Opinie zewnętrznego obserwatora:

LGD powinna ujednolicić stosowane ankiety (przede wszystkim w zakresie stosowanych skal odpowiedzi). Dzięki temu będzie można analizować większą ilość ankiet w każdym badaniu. LGD będzie też mogła lepiej śledzić zmiany w czasie.

Strona internetowa LGD zawiera **informacje w języku angielskim**, co jest bardzo dobrą praktyką. Niestety treści tych jest niewiele, część jest nieaktualna, można dzięki nim poznać głównie międzynarodowe projekty współpracy LGD Ziemia Gotyku. Warto dodać choć podstawowe dane o realizowanej obecnie LSR (cele, budżet w eur, osiągnięte kluczowe wskaźniki, kontakt do anglojęzycznego pracownika LGD). Zakładka powinna być atrakcyjna nie tylko z perspektywy partnera międzynarodowego projektu współpracy (LGD z innego kraju UE), ale mieszkańca obszaru Ziemi Gotyku, który nie posługuje się językiem polskim.

W celu poprawy przejrzystości działań LGD warto **opublikować** na stronie internetowej dotychczasowe **roczne sprawozdania z realizacji LSR**, a także rozważyć **publikację wniosków z warsztatu refleksyjnego z możliwością wnoszenia uwag przez mieszkańców** obszaru w ciągu min. 7 dni (przed przekazaniem ostatecznego sprawozdania do UMWKP).

Na stronie internetowej LGD (zakładka Publikacje) warto byłoby umieścić nie tylko **publikacje** własne LGD, ale także te wykonane przez beneficjentów LSR, a **współfinansowane ze środków LGD Ziemia Gotyku**.

Strona internetowa LGD lub system Omikron mogą służyć **udostępnieniu nagrań ze szkoleń czy spotkań informacyjnych** dla mieszkańców. Dzięki temu osoby nieobecne, a zainteresowane tematyką, będą mogły „nadrobić” omówione treści w wygodnym dla siebie momencie (i bez ponownego angażowania czasu pracowników biura LGD). Uwaga: przy wdrażaniu tego rozwiązania trzeba wziąć pod uwagę kwestie ochrony wizerunku i własności intelektualnej.

Stronę internetową można też **wzbogacić o infografiki** dotyczące stanu realizacji LSR, czy wartości wsparcia przekazanego przez LGD od 2006 roku. Oddzielną zakładką mogą się też stać przykłady już zrealizowanych działań (z opisem i galerią zdjęć).

Strona internetowa LGD, jako podmiotu działającego na rzecz włączenia społecznego mieszkańców, **powinna spełniać wszystkie wymogi ustawy o dostępności** i stanowić przykład dobrej praktyki do naśladowania przez inne lokalne instytucje.

Posty zamieszczane przez LGD na profilu Facebook nie generują dużego zaangażowania odbiorców (poza zgłoszeniami konkursowymi). Niewiele jest także komentarzy zamieszczanych przez LGD pod własnymi postami (wyjaśnień, odpowiedzi, podziękowań, gratulacji itp.). Sprawia to wrażenie komunikacji jednostronnej – posty działają jak tablica ogłoszeń lub newsletter, a nie miejsce dyskusji czy wymiany poglądów z mieszkańcami. **Warto rozważyć szersze wykorzystanie narzędzi unikatowych dla mediów społecznościowych**: ankiet/głosowań na profilu, zbierania pomysłów (przez komentarze), proszenia o opinię konkretnej osoby/instytucji (przez tagowanie).

Poprawie interakcji z odbiorcami może też pomóc **zmiana typu komunikatu z informacyjnego na pytający** (np. „Co sądzicie o ...?”).

Posty na portalu Facebook **powinny być planowane z wyprzedzeniem** i ograniczone liczebnie (do max. 3 informacji jednego dnia). Należy w sposób specjalny wyróżnić informacje kluczowe dla realizacji LSR (choćby ogłoszenia o naborach LGD).

LGD publikuje posty **poza godzinami największej liczby odwiedzin** na portalu Facebook (wieczory w dni robocze oraz weekendy), co ogranicza ich zasięg. Planowanie postów pozwala ustalić z wyprzedzeniem dokładną datę i godzinę publikacji, wykorzystując godziny szczytu oglądalności.

Warto też rozpocząć korzystanie z **panelu analiz** dostępnych dla administratora strony na profilu Facebook, umożliwiających analizę zasięgów i skuteczność docierania do mieszkańców z poszczególnymi informacjami.

Należy przeszkolić pracowników Biura LGD w zakresie lepszego wykorzystania mediów społecznościowych w komunikacji z mieszkańcami.

Warto opracować **profesjonalne filmy promujące** Lokalną Grupę Działania. Materiały powinny być wyraźnie krótsze niż dotychczasowe (1-3 min.) i ułożone w serię (np. 3-4 odcinki). Film powinien być uzupełniony ciekawym komentarzem i autodeskrypcją (najlepiej także w języku angielskim).

Część ankietowanych wskazywała na chęć bieżącego informowania przez LGD o jej licznych działaniach (zarówno o wdrażaniu LSR, jak i np. wydarzeniach lokalnych). Mógłby temu służyć **elektroniczny newsletter**, opracowywany np. raz na tydzień, raz na dwa tygodnie. Przesunięcie wielu drobnych informacji do newslettera zmniejszy ilość zastępczych maili, telefonów i postów na Facebook.

Zwiększeniu rozpoznawalności LGD pomogłaby **cykliczna organizacja dużego wydarzenia**, które w nazwie odwoływałoby się do Ziemi Gotyku.