



Dewis y sianelau cyfryngau cymdeithasol cywir ar eich cyfer chi

Mae llawer o fusnesau yn ymuno â'r cyfryngau cymdeithasol oherwydd eu bod yn teimlo bod rhaid iddynt wneud hynny. Gall y cyfryngau cymdeithasol greu lluo o fanteision i broffil eich sefydliad, ond mae angen ichi sicrhau bod gennych yr amser a'r adnoddau i'w rheoli, bod gennych ddigonedd o gynnwys gwyach ac, yn bwysicaf oll, eich bod yn gwybod ymhle mae eich cynulleidfa yn fwyaf gweithredol ar y cyfryngau cymdeithasol.

Bydd gan bob sianel wahanol gynulleidfa y bydd angen ichi eu hystyried os yw eich busnes ar fwy nag un llwyfan. Ni fydd yr hyn sy'n gweithio ar gyfer Facebook yn gweithio ar gyfer Twitter felly dylech fod yn addasu eich cynnwys ar gyfer pob llwyfan yr ydych arno.

Mae'n well gwneud un sianel yn dda na chael sawl sianel sydd wedi'u rheoli'n wael, felly dyma grynodedb o bob un o'r prif lwyfannau er mwyn eich helpu i sicrhau eich bod yn defnyddio'r sianelau sydd orau ar eich cyfer chi.

Facebook

Beth yw Facebook?

Facebook yw'r llwyfan cyfryngau cymdeithasol mwyaf, gyda dros 2.2 biliwn o ddefnyddwyr yn fyd-eang.

Gellid ei gymharu â phriodas deuluol. Yma y bydd pobl yn rhannu straeon, delweddau a fideos personol â'u ffrindiau a'u teuluoedd. Dim ond â sefydliadau sy'n berthnasol iddynt hwy, neu sy'n dweud rhywbeth amdanynt hwy neu rywun y maent yn eu hadnabod, y byddant yn ymwneud.

Pa gynnwys sy'n gweithio?

Cynnwys gweledol (delweddau, fideos neu femynnau) sy'n:

- ysgogi ymateb personol: 'fi yw hwnna/honna', 'rwy'n teimlo fel yna hefyd'
- ysbrydoli: 'rwy'ti'n sicr o lwyddo', 'waw, mae'r person yna'n anhygoel'
- gwneud ichi chwerthin: 'dyma ni neithiwr', 'ti yw hwnna/honna'
- addysgu a rhoi gwybodaeth: 'wyddwn i mo hynny', 'wyt ti wedi gweld y ffaith anhygoel yma?'

Os ydych yn defnyddio fideo, cofiwch ei chadw'n fyr a gwnewch yn siŵr bod y 3-4 eiliad cyntaf yn eich denu i wyllo mwy.

Gan fod Facebook yn tueddu tuag at ymwneud mwy personol ac yn blaenoriaethu cynnwys gan ffrindiau a theuluoedd, mae angen i dudalennau busnes weithio'n galetach i gael sylwadau ac i annog defnyddwyr i rannu eu deunydd. Mae creu grŵp Facebook trwy gyfrwng eich tudalen, gan annog pobl i ymuno a chael sgysiau, yn ffordd wych o gadw eich brand ar linellau amser pobl.

Pryd i gyhoeddi?

Bydd angen ichi arbrofi rhywfaint i ddarganfod pryd y mae eich dilynwyr yn defnyddio Facebook fwyaf, ond yn gyffredinol yr adeg orau i gyhoeddi ar Facebook yw 9am, 1pm, a 3pm a 12-1pm ar benwythnosau. Peidiwch â phostio negeseuon fwy nag unwaith y dydd.

Cofiwch, mae eich llwyddiant yn dibynnu ar lwyddiant y neges olaf ichi ei chyhoeddi. Ar Facebook, os nad yw pobl yn rhoi sylwadau ar eich cynnwys, ac yn ei rannu, yna y tro nesaf y byddwch yn cyhoeddi rhywbeth mae'n llai tebygol o ymddangos yn eu ffrwd newyddion, felly mae angen ichi sicrhau bod cynnwys ar Facebook yn mynnu sylw ac yn gwneud i'ch cynulleidfa fod eisiau ymwneud ag ef.

Twitter

Beth yw Twitter?

Mae Twitter yn safle newyddion a rhwydweithio cymdeithasol lle mae pobl yn cyfathrebu trwy gyfrwng negeseuon byrion a elwir yn negeseuon trydar neu'n drydariadau.

Mae ganddo naws dinas brysur lle mae popeth yn symud ar wib o hyd. Dyma'r llwyfan cyfryngau cymdeithasol y mae pobl yn ei ddefnyddio er mwyn cael yr wybodaeth ddiweddaraf am bopeth sy'n digwydd yn y byd.

Pa gynnwys sy'n gweithio?

Cyfuniad o gynnwys (dolenni i flogiau, erthyglau newyddion, delweddau, arolygon barn) sy'n:

- rhoi gwybodaeth: 'mae yna ddatblygiad newydd ym maes gofal cymdeithasol', 'ydych chi wedi gweld y newyddion?'
- ysgogi cwestiynau: 'beth yw'r newyddion diweddaraf am...?'
- symbylu barn: 'allwch chi gredu?', 'rwy'n cytuno'n llwyr'

Defnyddiwch hashnodau perthnasol a phoblogaidd i ddilyn y tueddiadau diweddaraf ac i fod yn rhan o'r sgwrs.

Mae pobl eisiau cael eu clywed ar Twitter felly ymatebwch i'ch dilynwyr ac ymunwch â sgyrsiau ar bynciau y mae gan eich sefydliad ddiddordeb ynddynt. Y mwyaf gweithredol ac ymatebol ydych chi, y mwyaf y bydd pobl yn ymwneud â chi ac yn cadw eich brand yn y ffrwd newyddion.

Pryd i gyhoeddi?

Mae Twitter yn llif byw ac wedi i neges gael ei chyhoeddi bydd yn symud i lawr y llinell amser yn gyflym iawn. Argymhellir y prynhawniau, rhwng 12-3pm, neu wedi 5pm.

LinkedIn

Beth yw LinkedIn?

LinkedIn yw rhwydwaith proffesiynol mwyaf y byd, ac mae wedi'i gynllunio'n benodol ar gyfer y gymuned fusnes, er mwyn cysylltu gweithwyr proffesiynol â'i gilydd.

Gellid dweud ei fod yn debyg i gynhadledd, lle mae pobl yn rhannu llwyddiannau busnes a gwybodaeth bwysig am y diwydiant. Dyma'r llwyfan ar gyfer rhannu eich negeseuon â rhanddeiliaid, hysbyswyr y diwydiant a chyflogeion posibl, yn hytrach nag aelodau o'r cyhoedd.

Pa gynnwys sy'n gweithio?

Cynnwys gweledol (delweddau, fideos, dolenni, blogiau, astudiaethau achos, arweinyddiaeth meddwl) sy'n :

- rhoi llwyfan i weledigaeth a nod eich brand: 'dyma'r hyn yr ydym yn ei wneud', 'dyma'r bobl yr ydym yn eu helpu'
- gwneud i bobl feddwl: 'beth yw eich barn chi am hyn?', 'ydych chi'n cytuno â hyn?'
- taflu goleuni: 'dyma ein barn ni am hyn'

Gall negeseuon fod yn hwy ac yn fwy ffurfiol, a llawn gwybodaeth, ar LinkedIn ond dylech sicrhau o hyd eich bod yn cofnodi'r wybodaeth allweddol yn y 150 o nodau cyntaf er mwyn denu pobl i ddarllen ymlaen.

Ymunwch â grwpiau ac â sgysiau er mwyn eich gwneud eich hun yn fwy gweladwy a chynyddu eich hygredd.

Pryd i gyhoeddi?

Gan mai llwyfan proffesiynol yw hwn, amseroedd cymudo yw'r adeg orau i gyhoeddi h.y. 7-8am neu 5-6pm.

Instagram

Beth yw Instagram?

Cyfrwng i rannu delweddau a fideos yw Instagram, a cheir dros 600 miliwn o ddefnyddwyr ledled y byd. Mae ychydig dros 40% o ddefnyddwyr Instagram yn iau na 24 oed.

Gellid dweud ei fod yn debyg i wyl, ac mai dyma lle mae pobl yn mynd er mwyn teimlo'n dda ac i archwilio cyfleoedd newydd.

Pa gynnwys sy'n gweithio?

Cynnwys gweledol (delweddau, fideos, dyfyniadau, cip tu ôl i'r llen) sy'n:

- ysbrydoli meddwl yn gadarnhaol: 'heddiw amdani'
- ysgogi'r dychymyg: 'rwy' wir eisiau rhoi cynnig ar hynny', 'rwy eisiau bod yn debycach i'r person yna'

Rhannwch gynnwys pobl eraill os yw'n berthnasol i chi – e.e. llun trawiadol o'r man lle mae eich sefydliad wedi'i leoli, neu lun o ddiwyddiad neu gynnyrch – ond gwnewch yn siŵr eich bod yn cydnabod pwy sydd biau'r cynnwys.

Bydd defnyddio hashnodau poblogaidd neu berthnasol a thagio eich lleoliad yn eich postiadau yn ei gwneud hi'n fwy tebygol y byddwch yn ymddangos ymhlith y canlyniadau wrth i bobl chwilio ar Instagram.

Mae angen i'ch delweddau a'ch fideos fod yn llawn ysbrydoliaeth ac yn bleser i edrych arnynt, a gall yr hidlyddion sy'n rhan o Instagram fod o gymorth yn hyn o beth.

Mae straeon Instagram – lluniau neu fideos sydd ddim ond ar gael i'w gweld am 24 awr – yn dod yn fwyfwy poblogaidd ymhlith busnesau fel ffordd gyflym o gyfleu eu neges.

Pryd i gyhoeddi?

Mae pobl yn gwneud llai o ddefnydd o Instagram yn ystod oriau gwaith, felly yr amseroedd a awgrymir ar gyfer cyhoeddi yw 8-9am, 1-2pm ac wedi 5pm. Ond eto, mae angen ichi ddod i wybod pwy yw eich cynulleidfa a phryd y byddant yn ymwneud fwyaf â chi.