

## Sut i ddatblygu strategaeth ar gyfer y cyfryngau cymdeithasol

### Pam y mae arnoch angen strategaeth?

Bydd llawer o bobl a sefydliadau yn cychwyn ar eu gweithgarwch ar y cyfryngau cymdeithasol heb weledigaeth glir o'r hyn y maent yn gobeithio ei gyflawni – a bydd hyn fel arfer yn arwain at ganlyniadau diddrwg-didda. Mae angen ymwneud â'r cyfryngau cymdeithasol yn yr un modd ag y byddwch yn ymwneud â phob dull arall o gyfathrebu. Mae'r cyfryngau cymdeithasol yn arf sydd am ddim, ond maent yn gofyn am fuddsoddiad amser mawr, ac felly bydd strategaeth yn eich cynorthwyo i wneud y defnydd mwyaf effeithiol ohonynt.

Mae'r cyfryngau cymdeithasol yn ymwneud â mwy na dim ond diweddarau postiaid ar-lein. Ar gyfer pob swyddogaeth fusnes bwysig ym mhob sefydliad, ceir swyddogaeth gyfatebol ar y cyfryngau cymdeithasol:

- Ymchwil – Gwrando ar y sgysiau y mae pobl yn eu cael gyda'i gilydd er mwyn deall yr hyn y mae arnynt ei eisiau a'i angen.
- Marchnata – Cyfrannu at y sgysiau y mae pobl yn eu cael gyda'i gilydd er mwyn lledaenu negeseuon amdanoch chi a'ch sefydliad.
- Gwerthiant – Symbylu cwsmeriaid i'ch hyrwyddo trwy ganfod eich cwsmeriaid a'ch cyflogion mwyaf brwd a'u hannog yn egniol ar-lein
- Cymorth – Cefnogi defnyddwyr gwasanaeth i'w helpu ei gilydd trwy sefydlu grwpiau/offer a fydd o gymorth iddynt rannu profiadau
- Datblygu – Annog defnyddwyr gwasanaeth a'u rhwydwaith cymorth ehangach i weithio gyda'i gilydd trwy eu cynnwys yn y modd y mae eich sefydliad yn gweithio.

Dilynwch y pum cam hyn er mwyn creu eich strategaeth:

1. Ymchwilio
2. Canfod eich cynulleidfa
3. Gosod eich amcanion
4. Datblygu cynnwys, galluedd a rheolaeth
5. Mesur a gwerthuso

### 1. Gwnewch eich gwaith ymchwil

#### Cryfderau, Gwendidau, Cyfleoedd, Bygythiadau (SWOT)

Gwnewch ddadansoddiad SWOT o'r swyddogaethau busnes uchod a'r cwestiynau isod er mwyn canfod eich cryfderau a'ch gwendidau ar-lein a chyfleoedd a bygythiadau y cyfryngau cymdeithasol ar eich cyfer chi. Os ydych eisoes yn defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol, defnyddiwch SWOT i ddadansoddi llwyddiant eich gweithgarwch ar hyn o bryd.

Dyma rai o'r cwestiynau y dylech eu hystyried:

- Ble ydych chi yn awr?
- I ba gyfeiriad ydych chi'n mynd?
- Sut mae disgrifio llwyddiant?
- Beth yw eich cryfderau a'ch gwendidau ar-lein?
- Pa mor alluog ydych chi neu eich tîm ar-lein?
- Pa mor fawr yw eich tîm?
- Pa adnoddau neu gymunedau ar-lein sydd gennych ar hyn o bryd?
- A oes gennych gynnwys sy'n gweithio ar-lein, megis fideos neu luniau?
- Beth yw mae sefydliadau cyfatebol yn ei wneud?
- Beth yw barn pobl amdanoch chi, ac amdanynt hwy, ar-lein?

### Dadansoddi sefydliadau cyfatebol/cystadleuwyr

Dadansoddwch eich cystadleuwyr er mwyn ystyried pa mor dda y mae sefydliadau cyfatebol yn gwneud ar-lein a pha fath o gynnwys y mae cynulleidfaoedd yn ymateb iddo. Defnyddiwch y tabl enghreifftiol isod.

	Gwefan	Cyfyngau cymdeithasol	Geiriau allweddol cyffredin	Blogiau	Nodiadau ar gryfderau a gwendidau
<b>CYSTADLEUYDD 1</b>					
<b>CYSTADLEUYDD 2</b>					
<b>CYSTADLEUYDD 3</b>					
<b>CYSTADLEUYDD 4</b>					
<b>CYSTADLEUYDD 5</b>					
<b>CHI</b>					

## 2. Darganfyddwch pwy yw'ch cynulleidfa, a'r llwyfannau perthnasol

Y camgymeriad mwyaf y mae pobl yn ei wneud yw creu proffil/tudalen ar y cyfyngau cymdeithasol oherwydd bod gan sefydliadau eraill rai. Cyn ichi ddechrau, mae angen ichi gynnal archwiliad i ganfod pa lwyfan y mae'r gynulleidfa y mae arnoch chi eisiau siarad â hi yn ei ddefnyddio fwyaf. Efallai mai Facebook yw'r llwyfan cyfyngau cymdeithasol mwyaf, ond nid yw hynny'n golygu mai dyna'r un mwyaf addas ar eich cyfer chi.

Rhaid ichi ganfod y ffigurau mwyaf dylanwadol yn eich sector ac ystyried sut mae eich cynulleidfa yn defnyddio cynnwys ac yn ymddwyn ar-lein. Mae dylanwadwyr yn hollbwysig er mwyn sicrhau bod eich neges yn cael ei gweld a dylech ystyried datblygu llysgenhadon

brand i ledaenu eich neges ar eich rhan, megis mamau sy'n flogwyr dylanwadol, Aelodau Seneddol neu gynghorwyr lleol, sefydliadau hirsefydlog a chanddynt nod tebyg i chi ac ati.

### 3. Gosodwch eich amcanion

Gwnewch yn siŵr eich bod yn datblygu amcanion ar-lein sy'n rhai CAMPUS:

- Cyraeddadwy – a oes modd cyflawni'r amcanion a osodwyd gennych, ac a ydynt yn gyraeddadwy?
- Amserol – pryd y mae arnoch chi eisiau cyflawni'r amcanion a osodwyd?
- Mesuradwy – dylech allu mesur a ydych yn cwrdd â'r amcanion ai peidio
- Penodol – dylai'r amcanion nodi'r hyn y mae arnynt eisiau ei gyflawni
- Uchelgeisiol a Synhwyrol – allwch chi, yn realistig, gyflawni'r amcanion o fewn yr adnoddau sydd gennych?

Dyma enghreifftiau posibl o amcanion:

- Cynyddu ymwybyddiaeth o'r brand
- Gwellu'r farn ar-lein
- Cynyddu nifer yr ymwelwyr â'r wefan

Bydd eich amcanion cyffredinol yn sail i'r hyn a wnewch ar y cyfryngau cymdeithasol o ran:

- Pwy yr ydych eisiau cysylltu â hwy
- Pa gynnwys yr ydych yn ei rannu
- Sut yr ydych yn rhyngweithio â phobl
- Pa mor aml y mae angen ichi ryngweithio â phobl
- Sut y mae arnoch eisiau dylanwadu ar bobl i weithredu

### 4. Datblygwch gynnwys gwych

#### Polisi cyfryngau cymdeithasol

Mae'n hanfodol eich bod yn datblygu polisi cyfryngau cymdeithasol ar gyfer eich sefydliad, yn enwedig os oes sawl person yn rheoli'r cyfrifon, er mwyn sicrhau bod y brand yn gyson, y glynir at bolisi'r cwmni ac ati. Bydd hefyd yn gyfeirbwynt ar gyfer holl aelodau'r tîm fel y gallant ei wirio, a bydd yn rhoi tawelwch meddwl i'r cyfarwyddwyr o ran y modd y mae'r sianelau yn cael eu rheoli.

Dylai eich polisi cyfryngau cymdeithasol gynnwys y pethau canlynol:

- Eich gweledigaeth
- Nodau ac amcanion
- Gwerthoedd cyfryngau cymdeithasol
- Tryloywder
- Diogelu preifatrwydd
- Parchu hawliau
- Cyfrifoldeb wrth ddefnyddio technoleg
- Defnyddio'r arfer gorau

Canllawiau yn cwmpasu pwyntiau megis:

- Cadw cofnodion
- Rhoi clod/cydnabyddiaeth
- Sut i ymateb
- Amledd ac ansawdd negeseuon trydar
- Protocol oddi allan i oriau
- Amseriadau
- Cwestiynau a ofynnir yn aml
- Dwyieithrwydd
- Ymdopi â beirniadaeth/negatifrwydd

Y math o gynnwys addas:

- Newyddion
- Digwyddiadau
- Delweddau/fideo/ffeithluniau
- Erthyglau ar ffurf rhestrau
- Newyddion y diwydiant
- Cynnwys wedi'i greu gan ddefnyddwyr
- Sgyrsiol
- Amserol
- Ymwneud â phartneriaid

Bydd hyn yn amrywio gan ddibynnu ar y sianelau yr ydych yn eu defnyddio a darparu cynnwys sy'n berthnasol i'r gynulleidfa sy'n defnyddio'r llwyfan hwnnw. Peidiwch â darlledu popeth i bawb.

Cofiwch mai diben y cyfryngau cymdeithasol yw **dwued stori** a dyma eich cyfle i ddatblygu llysgenhadon brand i ddweud eich stori a'i rhannu â'u cymuned ehangach ar-lein. Defnyddio pobl go iawn yw'r arf mwyaf grymus, ond dylech sicrhau bod gennych eu caniatâd. Yn ddelfrydol, byddai'r darn yn cael ei ysgrifennu yn y person cyntaf, fel ei fod yn dod yn uniongyrchol gan yr astudiaeth achos.

Defnyddiwch galendr cynnwys i helpu i reoli cynnwys perthnasol, gosod a chadw at derfynau amser ar gyfer cyhoeddi ac osgoi gwrthdaro. Bydd creu cynlluniau cynnwys chwarterol yn gymorth i ganfod defnydd arall i gynnwys ac yn sicrhau bod eich negeseuon yn gyson, gan sicrhau ar yr un pryd eich bod yn cynllunio ar gyfer amrywiaeth o gynnwys bob mis. Bydd hefyd o gymorth ichi baratoi ar gyfer yr adegau hollbwysig hynny ar y cyfryngau cymdeithasol trwy fod yn ymwybodol o ddigwyddiadau a dyddiadau sydd ar y gweill y bydd gan eich cynulleidfa ddiddordeb ynddynt. Bydd y calendr yn cadw trefn ar derfynau amser o ran cyhoeddi, yn amserlennu adnoddau ac yn osgoi gwrthdaro.

## 5. Cofiwch ailymweld a diwygio

Pennwch amser i fesur eich cynnydd o'i gymharu â sefydliadau cyfatebol ac ar sail eich amcanion, ac i asesu eich strategaeth. Mae mesur yn bwysig. Os nad ydych yn mesur yn

erbyn eich sefydliadau cyfatebol, nid ydych yn mesur o fewn eich marchnad. Os nad ydych yn mesur yn erbyn eich amcanion, fyddwch chi ddim yn gwybod sut beth fydd llwyddiant. Dylech ailymweld a diwygio yn rheolaidd, er mwyn canfod yr hyn sy'n gweithio a'r hyn nad ydyw'n gweithio, er mwyn cynorthwyo i gynnal momentwm a gwneud eich gweithgarwch ar y cyfryngau cymdeithasol yn llwyddiant.

Defnyddiwch offer monitro cyfryngau cymdeithasol i:

- Orlhain unrhyw grybwyll ohonoch
- Dadansoddi unrhyw grybwyll ohonoch
- Rhannu data yn ôl daearyddiaeth, demograffeg ac ati
- Dylanwadu a dangos awdurdod

Yr hyn sy'n wych am y cyfryngau cymdeithasol yw y gallwch newid eich tactegau a diwygio eich dull o fynd ati os nad yw pethau'n gweithio ac os nad ydych yn cael y canlyniadau yr oeddech yn eu disgwyl. Profwch bethau ac ailadrodd y pum cam a amlinellir yn y ddogfen hon er mwyn sicrhau bod eich cyfryngau cymdeithasol yn llwyddiant.

**POB LWC!**