

Cyngor Trydydd Sector Caerdydd

Eich cyngor gwirfoddol sirol lleol

10. Hyrwyddo a marchnata

10.9 Cyfryngau Newydd a Chymdeithasol yn y Sector Gwirfoddol



Beth yw 'cyfryngau newydd'?

Mae'r term yn esbonio'i hun, fwy neu lai, sef ffurfiau newydd o gyfryngau a ddefnyddir i gyfleu neges i eraill drwy'r rhyngwyd.

Beth yw 'cyfryngau cymdeithasol'?

Mae sawl diffiniad i gyfryngau cymdeithasol, ond yn syml, mae'n golygu defnyddio technolegau symudol ac ar y we i droi cyfathrebu'n ddeialog ryngweithiol. Cyfathrebu un ffordd a gewch chi gan y cyfryngau arferol, lle byddwch yn darllen papur newydd neu'n gwrandao ar adroddiad ar y teledu heb fawr o allu i fynegi'ch syniadau chi ar y pwnc, ond mae cyfryngau cymdeithasol yn caniatáu sgwrs ddwy ffordd sy'n rhoi'r gallu i chi gyfathrebu hefyd. Defnyddir 'cyfryngau newydd' o fewn cyfryngau cymdeithasol.

Pam y byddai angen i bobl yn y sector gwirfoddol ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol?

Mae pobl o fewn y sector gwirfoddol yn aml yn ymwneud ag ymgyrchu, codi arian a sicrhau gwasanaeth, ac mae arnyn nhw eisiau adrodd hanesion am y bobl y maen nhw'n gweithio gyda nhw, y cymunedau maen nhw'n rhan ohonyn nhw a'r pynciau llosg sy'n bwysig iddyn nhw. Mae arnyn nhw eisiau canfod a siarad â phobl a all eu helpu nhw i sicrhau newid, cyflwyno gwasanaeth neu wneud gwahaniaeth. Mae cyfryngau cymdeithasol yn darparu gofod newydd sy'n rhoi'r cyfle i chi wneud y pethau hyn i gyd, ac mae llawer o gyrff dielw'n gweld bod hyn yn ffordd effeithiol i gysylltu â chefnogwyr presennol a chyrraedd rhai newydd.

Mae brandiau, sy'n cynnwys elusennau, wastad wedi cystadlu yn erbyn ei gilydd am gyfran o'r farchnad; cyfran o sylw a grym gwario defnyddwyr. Ond mewn byd lle caiff defnyddwyr eu peledu â mwy a mwy o negeseuon marchnata bob dydd, mae llawer o elusennau'n canfod nad yw'r hen ddulliau o fynd o'i chwmpas hi'n gweithio gystal ag yr arferent wneud. Parhau wnaiff hyn mae'n debyg wrth i fwy a mwy o bobl dreulio mwy o amser ar-lein a chanfod bod y cymunedau a'r adnoddau sydd ar gael yn fwyfwy anhpegorol i'w bywydau bob dydd.

Yn wyneb hyn, annoeth fyddai dewis anwybyddu cyfryngau cymdeithasol. Mae'r rhan fwyaf o'r cyfryngau cymdeithasol sydd ar gael yn rhad ac am ddim, felly does dim rheswm o gwbl i beidio â rhoi cynnig arnyn nhw o leiaf, achos dim ond wedyn y gallwch chi ddechrau ystyried go iawn sut y gallen nhw fod o fudd i'ch sefydliad chi.

Gall elusennau ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol i hyrwyddo'u gweithgareddau codi arian; i godi ymwybyddiaeth o ymgyrchoedd sydd ar droed; i gael sylw defnyddwyr a'u haddysgu am y gwaith y mae'r elusen yn ei wneud; i siarad â phobl ac ateb eu cwestiynau am yr elusen; yn y bôn, i wneud yn siŵr bod eu llais yn cael ei glywed. Y newyddion da yw bod rhai elusennau eisoes yn manteisio ar rwydweithiau cymdeithasol (fel yr NSPCC sydd wedi codi mwy na £10,000 drwy Facebook ar ôl gosod rhaglen i ganiatáu i ddefnyddwyr roi arian yn 2007), ond mae llawer yn dal heb sylweddoli potensial cyfryngau cymdeithasol.

Ydi hi ddim yn ddigon cael gwefan y gall pobl ei defnyddio?

Y broblem yw fod gan bawb wefan, ac mae sicrhau eich bod yn sefyll allan o'r biliynau o wefannau sydd ar y we'n profi'n fwy o her ac yn fwy costus nag erioed o'r blaen. Mae cyfryngau cymdeithasol yn cynnig modd i gwmnïau, sefydliadau ac unigolion allu dilyn y trywydd cyflym i gael sylw ar-lein. Mae sefydliadau sy'n edrych ymlaen yn deall bod angen iddyn nhw fod yn fwy hyblyg, a bod angen iddyn nhw gynnwys pobl mewn dialog ystyrlon yn hytrach na dim ond darlledu negeseuon marchnata tuag atynt. I wneud hyn, rhaid iddyn nhw gael presenoldeb yn y cymunedau cymdeithasol ar-lein y mae eu cefnogwyr a'u rhanddeiliaid presennol neu bosibl yn mwynhau eu defnyddio.

Felly sut mae dewis y cyfrwng cymdeithasol iawn i'ch sefydliad chi?

Fel unrhyw dechneg farchnata, mae gan wahanol sianeli cyfrwng cymdeithasol wahanol gryfderau, felly mae'n hollbwysig diffinio'ch amcanion a'ch cynulleidfa er mwyn gweld canlyniadau effeithiol. Mae amryw o declynnau cyfrwng cymdeithasol ar gael (cânt eu trafod isod) ond beth bynnag a ddewiswch bydd angen ichi ystyried sut i uniaethu'r sianeli â'ch dulliau cyfathrebu eraill o ran arddull, neges, gwybodaeth a pholisïau. Yn ddelfrydol dylech greu strategaeth i gyrraedd cymaint o'ch cynulleidfa darged ag sy'n bosibl, gan ddenu ac ennyn sylw cefnogwyr, a chadw eu diddordeb a bwydo gwybodaeth iddynt. Cofiwch, nid modd unochrog o ledaenu ceisiadau neu negeseuon yn unig yw cyfryngau cymdeithasol – mae'n sgwrs – ac os ydych chi'n awyddus i'ch cefnogwyr gyfrannu at y sgwrs honno rhaid ichi ddarparu cyfleuster a fydd yn eu hannog i wneud hynny.

Pa declynnau cyfrwng newydd a chymdeithasol sydd ar gael?

Mae rhyw ffurfiau newydd ar gyfryngau cymdeithasol yn cael eu cyflwyno o hyd, ond dyma rai o'r teclynnau mwyaf poblogaidd y gallech eu dewis os ydych chi'n awyddus i ddatblygu'r modd y byddwch yn ymgysylltu â'ch cynulleidfa.

1. Facebook

Facebook yw'r prif safle rhwydweithio cymdeithasol ar sail defnyddwyr unigryw misol, gyda dros 500 miliwn o ddefnyddwyr gweithredol dros y byd (mis Ionawr 2011). A rhoi hynny mewn persbectif, mae hynny'n 1 o bob 13 o bobl ar y ddaear, ac mae ymchwil yn dangos bod dros hanner y 500 miliwn defnyddiwr hynny wedi mewngofnodi ar unrhyw ddiwrnod neilltuol!

Mae'n rhad ac am ddim, ac yn helpu pobl i gadw mewn cysylltiad â grwpiau estynedig o ffrindiau a theulu. Bydd pob person yn creu ac yn cynnal proffil, ac yn gallu postio diweddariadau – yn cynnwys lluniau neu fideos – o beth y maen nhw'n ei wneud neu'n ei feddwl. Bydd eu "ffrindiau" Facebook, neu bobl sydd yn eu rhwydwaith, yn gweld y negeseuon hynny'n awtomatig ac yn gallu gwneud sylw arnynt, felly mae'n ffordd wych o gadw mewn cysylltiad â ffrindiau heb lawer o ymdrech.

Gall cyrff gwirfoddol greu Tudalen Cefnogwyr Facebook i ganiatáu i bobl ddilyn eu gweithgareddau yn yr un modd, a phostio diweddariadau, dolenni, sgysiau, lluniau, fideos, deisebau neu hyd yn oed alluogi rhoi arian ar-lein. Bydd defnyddwyr Facebook sy'n dewis "hoffi" eich sefydliad – sef, yn y bôn, ymrestru fel cefnogwyr – yn gallu gweld eich newyddion diweddaraf heb orfod mynd i'ch tudalen, ac yn gallu cymryd rhan mewn trafodaethau gyda chefnogwyr eraill. Mae'n ffordd i fynd â'ch neges i'ch cefnogwyr yn hytrach na cheisio dod â nhw atoch chi.

Mae 'Cysylltu Facebook' yn declyn rhad ac am ddim y gall sefydliadau ei ddefnyddio hefyd i alluogi defnyddwyr Facebook i fewngofnodi i wefan y sefydliad drwy eu cyfrifon Facebook. Wedyn gall defnyddwyr adael sylwadau, cael trafodaethau, a phostio'r ddolen i dudalen y sefydliad yn uniongyrchol i'w ffrwd newyddion drwy'r ategyn. Bydd y dolenni i wefan y sefydliad yn weladwy ar Facebook i ffrindiau'r defnyddwyr, a fydd yn gallu defnyddio'r ddolen i glicio drwodd i'r safle.

Mae mwy na 60 miliwn o ddefnyddwyr Facebook yn defnyddio Cysylltu Facebook ar wefannau allanol bob mis, ac yn ôl Facebook mae'r teclyn yn cynyddu traffig i wefannau ac yn gwneud defnyddwyr hyd at 15-20 y cant yn fwy gweithredol unwaith y maent ar safle'r sefydliad. Mae hyn yn awgrymu os ydych chi'n ystyried creu tudalen Facebook i'ch grŵp, efallai ei bod yn werth gosod Cysylltu Facebook ar yr un pryd, gan fod yr ystadegau'n siarad drostynt eu hunain!

Mae cyrff sydd eisoes yn defnyddio Facebook wedi adrodd ei fod wedi bod o fudd iddynt yn y ffyrdd canlynol:

- Mwy o adborth a thrafodaeth.
- Gyrru traffig i'w gwefan – a lledaenu gwybodaeth.
- Creu rhestr ebost.

- Denu pobl i ddigwyddiadau.
- Cael pobl i weithredu.
- Denu rhoddion.

Hwyrach mai'r peth mwyaf am Facebook yw nad oes angen unrhyw sgiliau technegol i greu a hyrwyddo Tudalen wych. Mae Facebook yn darparu'r holl offer ichi, am ddim, dim ond ichi wybod sut i'w defnyddio, ac mae digon o ganllawiau ar-lein i roi'r wybodaeth honno ichi.

2. Twitter

Gwefan yw Twitter sy'n caniatáu ichi greu proffil (minimal) i'ch sefydliad yn rhad ac am ddim, ac anfon ffrwd o negeseuon allan, neu "drydar" – gan roi'r newyddion diweddaraf am beth rydych chi'n ei wneud, dechrau sgysiau, gofyn am help, neu roi dolenni i adnoddau a allai fod o ddiddordeb.

Caiff negeseuon eu cyfyngu i 140 nod neu lai - hyd mwyaf neges destun ar lawer o ffonau. Y rheswm am hyn yw bod llawer o bobl yn trydar ac yn derbyn trydar ar eu ffonau symudol, er y gallwch chi ddefnyddio gwefan Twitter hefyd. Gall pobl ddewis "dilyn" eich trydar, sydd fel tanysgrifio i'ch ffrwd, ac os ydyn nhw'n arbennig o hoff o un neges gallant ei "haildrydar", sy'n golygu eu bod yn ei phostio eto fel bod eu dilynwyr hwythau'n ei gweld. Yn yr aildrydar y mae llawer o rym Twitter. Os postiwch rywbeth diddorol a gaiff ei aildrydar yn helaeth, gallwch gyrraedd nifer enfawr o bobl yn gyflym iawn.

Amcangyfrifir bod Twitter yn cael 180 miliwn o ymwelwyr unigryw bob mis, ond mae'n grŵp cymharol benodol (ar y cyfan yn hŷn na defnyddwyr nodweddiadol Facebook). Wedi dweud hynny, mae'n dal i fod yn ffordd ddiddorol i gyrraedd y cyfryngau, partneriaid a darpar wirfoddolwyr medrus, ac ar hyn o bryd mae Twitter yn tyfu'n gynt na Facebook.

Mae sefydliadau dielw sy'n defnyddio Twitter eisoes wedi cadarnhau eu bod nhw'n cael budd ohono – er, yn ddiddorol, mewn meysydd gwahanol i sianeli cyfrwng cymdeithasol eraill:

- Cysylltu â chyrrff eraill o'r un anian.
- Cysylltu â'r cyfryngau.
- Gofyn cwestiynau.
- Sicrhau bod pobl yn cael y newyddion diweddaraf.
- Darparu diweddariadau bron fel y mae'n digwydd.
- Cydgysylltu grŵp mewn amser real.

3. Blogiau

Yn ei hanfod, dyddiadur ar-lein yw 'blog', lle bydd un neu ragor o bobl yn postio diweddariadau gweddol fynych (o leiaf unwaith yr wythnos fel arfer) am yr hyn sy'n mynd ymlaen yn y sefydliad, a hynny o safbwynt personol. Yn dechnegol, nid yw mor wahanol i wefan, ond mae'r strwythur a'r arddull yn tueddu i wahaniaethu blogiau – bydd negeseuon yn aml yn weddol fyr, yn ymddangos yn groes i drefn amser (y diweddaraf yn gyntaf), ac wedi'u hysgrifennu bron bob amser yn y person cyntaf. Yn seiliedig ar destun fel rheol, fe allan nhw gynnwys lluniau a fideos hefyd.

Gall fod yn bwysig cael rhywle y gallwch fynd iddo drwy ddolen am ragor o wybodaeth, yn lle rhannu newyddion neu ddiweddariadau dim ond mewn trydar byr neu neges Facebook, ac yn enwedig os mai dim ond mewn cylchlythyr ebost y rhoddwyd y neges. Gall blog ddarparu'r gofod ar gyfer rhannu newyddion, cyhoeddiadau, storïau, a gwybodaeth arall a chaniatáu ichi eu hail-rannu a'u dosbarthu dros y we i gyd.

Mae blogiau'n arbennig o ddefnyddiol mewn ambell faes allweddol:

- Hysbysebu eich arbenigedd
- Hyrwyddo'ch achos neu addysgu pobl.
- Dweud hanesion am eich gwaith o ddydd i ddydd.
- Rhoi llais i bobl yn eich penderfyniadau, neu eich gwaith, drwy annog deialog â nhw a/neu sylwadau ganddynt.
- Hyrwyddo'ch gwefan a'ch gwybodaeth ar-lein.
- Hyrwyddo digwyddiadau.

Os penderfynwch fod gennych ddiddordeb mewn sefydlu blog, un o'r pethau cyntaf y bydd angen ichi ei wneud yw dewis pa 'lwyfan' (darparwr) i'w ddefnyddio. Byddwch yn ei ddewis ar sail y cynnwys y byddwch eisiau ei ddefnyddio, ac mae'n well rhoi cynnig arni cyn dechrau hyrwyddo'ch blog, darparu dolenni iddo, a'i rannu â'r byd. Dyma rai o'r prif lwyfannau y gallech chi eu hystyried:

- WordPress (<http://wordpress.com/>)
- Tumblr (www.tumblr.com/)
- MovableType (www.movabletype.com/)
- Blogger (www.blogger.com/)
- Posterous (<https://posterous.com/>)
- TypePad (www.typepad.com/)

Dyma enghreifftiau o elusennau sydd eisoes yn blogio:

- Y Groes Goch - <http://blogs.redcross.org.uk/>
- Greenpeace - <http://weblog.greenpeace.org/>

- Oxfam - www.oxfam.org.uk/applications/blogs/pressoffice/?v=newsblog
- RSPCA - www.giveanimalsavoice.org.uk/blog/
- Dogs Trust - www.dogstrustblog.blogspot.com/

4. Podlediadau

Mae podlediad yn debyg i ddarllediad neu raglen radio, ond heb fod angen radio. Byddwch yn ei greu ar ffurf MP3 a gall eich cynulleidfa naill ai ei lawrlwytho o'ch gwefan neu o raglen cyfrwng digidol fel iTunes.

Mae podlediad rheolaidd sydd wedi'i saernïo'n dda, gyda newyddion ac eitemau nodwedd, yn ffordd wych i hyrwyddo'r gwaith rydych chi'n ei wneud; meddylwch amdano fel cylchlythyr sain y gall eich cynulleidfa ei gael yn rheolaidd ac yn awtomatig i chwaraewyr MP3 drwy eu cyfrifiaduron.

Bydd podlediad fel rheol yn para rhyw chwarter awr, a gallai gynnwys cyflwyniad sy'n rhoi rhagflas o'r brif eitem nodwedd, wedyn adran newyddion, ac wedyn pecyn radio (eitem nodwedd) neu gyfweiliad. Wedyn gellid torri unrhyw bodlediad yn ddarnau llai i'w defnyddio mewn llefydd eraill fel rhan o strategaeth gyfathrebu'ch sefydliad, er enghraifft, pe bai gennych gyfweiliad pwysig mewn un podlediad gallech dorri fersiwn byrrach ohono a'i roi ar dudalen flaen eich gwefan.

5. Gwefannau Rhannu Lluniau

Mae delweddau wedi bod yn ddull cyfathrebu grymus erioed, ond tan yn ddiweddar bu lluniau weithiau'n bethau anhylaw braidd i'w trafod ar-lein. Nid yw hyn yn wir mwyach, beth bynnag, gan fod safleoedd rhannu lluniau ar-lein yn caniatáu ichi reoli'ch casgliad lluniau eich hun a chysylltu hefyd â chasgliadau pobl eraill er mwyn adrodd eich hanes mewn ffyrdd eraill.

Y brif wefan rannu lluniau yw 'Flickr' (er bod safleoedd eraill i'w cael hefyd, fel SmugMug neu PhotoBucket), ac mae cyfrif rhad ac am ddim gyda Flickr yn gadael ichi uwchlwytho'ch ffotograffau digidol o'ch cyfrifiadur, drwy ebost neu'n uniongyrchol o'ch ffôn symudol. Gallwch ychwanegu teitlau, disgrifiadau a geiriau allweddol neu dagiau at luniau, a'u trefnu'n setiau neu albymau a gosod yr hawlfraint ar bob llun.

Pan fyddwch wedi sefydlu'ch oriel Flickr, gallwch ddefnyddio cod syml wedyn i 'fewnblannu' y lluniau ar eich gwefan. Bydd ymwelwyr â'ch gwefan yn gweld eich lluniau ond does dim rhaid i chi boeni am eu lletya na'u trefnu. Gallwch gael oriel ar eich gwefan wedi'i rhedeg am ddim gan Flickr: wnaiff hyn ddim cymryd lle gwefan lawr i'ch elusen, ond yr hyn y mae'n ei gynnig yw pwynt mynediad hawdd i roi trefn ar eich lluniau ac i annog defnyddwyr i gyflwyno lluniau.

Dyma ffyrdd eraill i ddefnyddio gwefannau rhannu lluniau:

- Cael (a dangos) lluniau allan o grŵp a ddosbarthwyd.
- Canfod pobl sy'n postio lluniau ohonoch chi.

6. Gwefannau Rhannu Fideos

Gyda dyfodiad safleoedd fel 'YouTube' a 'Vimeo', mae defnyddio fideo'n mynd yn fwyfwy deniadol i sefydliadau dielw. Mae nifer o gyrff wedi canfod bod cynnwys fideo fel rhan o ymgyrch codi arian yn gallu helpu dweud eu stori gyda mwy o deimlad, gan helpu denu cefnogwyr i'r apêl. Mae eraill yn creu fideos i addysgu eiriolwyr neu gleientiaid.

YouTube yw'r ail safle rhwydweithio cymdeithasol mwyaf poblogaidd ym Mhrydain, gyda dros 2 biliwn o bobl yn edrych arno bob dydd, ac mae'n gallu caniatáu ichi greu sianel wedi'i brandio ar y safle neu fewnblannu fideos ar eich gwefan eich hun. Os ydych yn elusen wedi cofrestru yn y Deyrnas Unedig gallwch gael cyfrif YouTube penodol i gyrff dielw, sy'n cynnig mwy o nodweddion – fel y gallu i ychwanegu gofyniadau clicio ar ben fideos – ac yn gadael ichi uwchlwytho fideos hwy.

Mae *Vimeo* yn safle rhannu fideos arall sy'n boblogaidd iawn, gyda thros 15 miliwn o ymwelwyr unigryw y mis a chyfartaledd o fwy nag 16,000 fideo newydd yn cael eu huwchlwytho'n ddyddiol. Mae'n gweithio mewn ffordd debyg i YouTube, ac mae ei gyfleuster ar gyfer mewnblannu fideos ar eich gwefan chi'ch hun yn profi'n arbennig o boblogaidd.

Mae gan fideos botensial diddorol fel cyfryngau cymdeithasol, er enghraifft:

- Annog sgysiau o gwmpas fideos wrth i bobl wneud sylwadau arnynt.
- Lledaenu'r gair am gynnwys y fideo, wrth i gefnogwyr ei basio ymlaen i'w ffrindiau a'u teulu.
- Gofyn i gefnogwyr 'bleidleisio eich fideos' i fyny (mae'r fideos a gaiff eu gweld a'u hoffi gan lawer o bobl yn fwy tebygol o gael eu dangos ar dudalennau categori, a fydd wedyn yn creu mwy o wylwyr ichi, felly os yw eich cefnogwyr yn gwyllo'ch fideos nifer o weithiau mae'r fideos yn fwy tebygol o ymddangos ar dudalennau categori).
- Gofyn i gefnogwyr ddarparu fideos.
- Cynnal sianel fideo os oes gennych chi lawer o ddeunydd fideo, neu ddiddordeb mewn creu casgliad fideo am y pynciau sy'n bwysig ichi.

Ddylech chi lynu at un cyfrwng cymdeithasol?

Na, ddim o reidrwydd. Nid mater o ddewis rhwng un cyfrwng cymdeithasol ac un arall yw hi; mae'n fater o ganfod y cymysgedd iawn o sianeli ar gyfer eich anghenion. Mae'n hanfodol cael strategaeth integredig dda sy'n diffinio pa declynnau i'w defnyddio ar gyfer anghenion penodol, a pha mor aml y dylid eu gweithredu neu eu diweddarau. Mae angen ichi feddwl am bob teclyn fel rhan o strategaeth gyfathrebu gyffredinol sy'n canolbwyntio ar eich cynulleidfa a'ch amcanion. Er mwyn cael y cymysgedd gorau a fydd yn gwneud y defnydd gorau o'ch amser, meddyliwch am dair elfen newidiol:

- (i) amser staff (fel rheol gyffredinol neilltuwch o leiaf ddwy awr yr wythnos ar gyfer pob sianel cyfrwng cymdeithasol yn eich cymysgedd);
- (ii) adnoddau presennol (ystyriwch pa sgiliau sydd gan eich staff yn barod a sut y gellir defnyddio'r sgiliau hynny orau drwy'r dewisiadau cyfrwng cymdeithasol sydd ar gael);
- (iii) amseru cyffredinol (mae gwahanol gyfryngau cymdeithasol yn gweithio mewn gwahanol fframiau amser, ac mae angen diweddarau rhai'n llawer amlach nag eraill, felly rhaid ichi ddewis y teclyn iawn ar gyfer eich ymgyrch chi ar adeg benodol).

Beth arall y dylid ei ystyried cyn dechrau defnyddio cyfryngau cymdeithasol?

- Gwnewch yn siŵr fod gennych chi ddigon o amser i ddefnyddio'r teclyn/teclynnau cyfrwng cymdeithasol a ddewiswch.

Does dim pwynt rhoi blaenoriaeth i bresenoldeb ar YouTube os nad oes gennych chi'r amser i greu cynnwys fideo deniadol, na sefydlu proffil Twitter neu flog os nad oes gennych chi amser i bostio'n aml. Ond os yw eich sefydliad eisoes yn creu llawer o gynnwys fideo, gallai sianel YouTube fod yn ddelfrydol i chi gan y bydd yn ffordd gymharol rwydd o greu presenoldeb cymdeithasol y gellir ei gysylltu â chynnwys ar lwyfannau eraill maes o law, neu â grwpiau y mae eich cefnogwyr wedi'u sefydlu ar Facebook, er enghraifft.

Ble bynnag y penderfynwch ei bod yn gwneud synnwyr cael presenoldeb, mae angen ichi allu gwneud ymrwymiad i bostio a rhannu cynnwys yn weddol reolaidd. Os byddwch wedi denu pobl atoch yn unrhyw le drwy lwyfan gymdeithasol bydd eich absenoldeb yn amlwg ac yn destun sylwadau os diflannwch o'r golwg yn sydyn. Dylai'r enillion fod yn llawer mwy na'r cyfrifoldeb hwn, serch hynny, felly peidiwch â gadael i hynny eich rhwystro rhag dechrau manteisio ar y cyfryngau cymdeithasol sydd ar gael ichi.

- Gwnewch yn siŵr eich bod chi'n ymwybodol o'r materion cyfreithiol y gall fod angen ichi eu hystyried.

Mae'n bwysig fod cyrff yn ymchwilio i gyfryngau cymdeithasol a'u manteision, ond wrth wneud hynny y mae yna gwestiynau cyfreithiol y dylid eu hystyried, er enghraifft:

- (i) Cliriadau iawn (cyn uwchlwytho unrhyw gynnwys i'ch gwefan, blog, ayyb, rhaid cael y cliriad angenrheidiol gan berchnogion yr hawliau eiddo deallusol).

- (ii) Amharu ar hawliau trydydd parti (er bod cynnwys a gynhyrchir gan ddefnyddwyr yn ffordd effeithiol o ymwneud â'r cyhoedd, y mae perygl y bydd y deunydd a bostir yn amharu ar hawliau pobl eraill, felly mae angen ichi lunio Amodau Defnydd clir i reoli'r modd y bydd defnyddwyr yn cyfrannu at y wefan).
- (iii) Preifatrwydd (Ile darperir gwybodaeth bersonol gan ddefnyddwyr, mae'n bwysig cydymffurfio â deddfwriaeth gwarchod data).

Gwybodaeth bellach


Gall y ffynonellau canlynol ddarparu gwybodaeth bellach ichi am wahanol declynnau cyfrwng cymdeithasol, pa declyn(nau) allai fod orau i'ch sefydliad chi, sut i'w defnyddio, ac ati:

- 'The Nonprofit Social Media Decision Guide' gan *Idealware* sy'n eich arwain gam wrth gam i benderfynu pa sianeli cyfrwng cymdeithasol fydd yn gwneud synnwyr i'ch sefydliad chi drwy gyfrwng llyfr gwaith, arweinlyfr, a chanlyniadau ymchwil: www.idealware.org/sites/idealware.org/files/Idealware_SocialMedia_DecisionGuide_3.pdf
- Canllawiau *KnowHow NonProfit* ynghylch gwahanol declynnau cyfrwng cymdeithasol: www.knowhownonprofit.org/how-to/ugc_search?ugctags=social%20media
- Canllawiau'r *Media Trust* am wahanol adnoddau digidol: <http://resources.mediatrust.org/digital/>
- Canllawiau'r *NCVO* 'How to use new media': www.ncvo-vol.org.uk/sites/default/files/files/NewMediaCaseStudies2008.pdf
- Cod Ymarfer y Sefydliad Codi Arian ar gyfer codi arian drwy gyfryngau electronig: www.institute-of-fundraising.org.uk/Resources/Institute%20of%20Fundraising/Codes/Fundraising%20through%20Electronic%20Media%20-%20CHECK.pdf

Ymwadiad

Mae'r wybodaeth a ddarperir yn y daflen hon ar gyfer cyfarwyddyd yn unig. Nid yw'n amnewid am gyngor proffesiynol ac ni allwn dderbyn unrhyw gyfrifoldeb am golled o ganlyniad i unrhyw berson weithredu neu wrthod gweithredu arno.

Am rhagor o wybodaeth cysylltwch â

<p>Cyngor Trydydd Sector Caerdydd <i>Tŷ Baltic, Sgwâr Mount Stuart, Caerdydd, CF10 5FH</i> Elusen Gofrestredig: 1068623</p> <p>Ffôn: 029 2048 5722 enquiries@c3sc.org.uk Ffacs: 029 2046 4196 www.c3sc.org.uk</p>	 <p>Ffôn: 0300 111 0124 www.wcva.cymru</p>
<p>Cynhyrchwyd gan CGGC, Cynghorau Gwirfoddol Sirol a Chanolfannau Gwirfoddoli Wedi ei ddiweddarau: 14/06/2013</p>	