

Cyngor Gweithredu Gwirfoddol Cymru

Cefnogi elusennau, gwirfoddolwyr a chymunedau

10. Hyrwyddo a marchnata

10.1 Cynllun cyathrebu a marchnata



Ble ydych chi nawr?

Mae angen i chi ofyn pa mor ymwybodol yw'r cyhoedd o'ch gwaith, a beth yw barn pobl am eich gwaith. Er mwyn edrych yn wrthrychol, bydd angen peth gwaith ymchwil - weithiau bydd holiadur neu alwad ffôn cyflym yn ddigon. Bydd hyn yn help i chi adnabod eich 'sefyllfa' ym meddyliau pobl.

Er enghraifft, edrychwch ar grŵp amgylchfydol. Tynnwch linell syth ar draws tudalen. Ar un pen ysgrifennwch Greenpeace, ar y pen arall ysgrifennwch yr Ymddiriedolaeth Genedlaethol. Gofynnwch i bobl roi croes ble mae eich mudiad chi rhwng y ddau. Gellir cymhwyso'r dechneg yma at unrhyw faes.

Ble ydych chi eisiau mynd (eich amcan)?

Ble ydych chi eisiau i'ch mudiad fod o fewn fframwaith amser - efallai blwyddyn, tair blynedd neu efallai ar ddiwedd ymgyrch? Ydych chi eisiau mwy o bobl i wybod amdanoch - pam? Oes lle gennych i drafod niferoedd mwy o ddefnyddwyr, cleientiaid, ymwelwyr ac ati?

Cymerwch eich llinell safle a ddisgrifiwyd uchod a rhowch groes ble hoffech chi weld eich mudiad ar ddiwedd eich fframwaith amser.

Os yw'ch croes chi yn cyd-daro gyda chroes y cyhoedd, nid yw'n golygu nad oes gennych waith i wneud; efallai fod angen i chi newid eich delwedd. Gall delwedd ac enw da newid fodd bynnag - gofynnwch i Marks and Spencer neu British Airways!

Gyda phwy ydych chi eisiau siarad (eich cynulleidfa darged)?

Pa adrannau o'r gymuned ydych chi'n ceisio cyrraedd? Gall enghreifftiau fod yn arweinwyr barn lleol, megis AS lleol neu olygydd papur newydd, rhieni plant dan bump oed, neu rhai sy'n gofalu am yr henoed. Mae 'cyhoedd cyffredinol' neu 'pawb' yn rhy annelwig. Po fwyaf y byddwch yn lleihau'r targed, y mwyaf effeithiol y byddwch. Nid yw targedu yn golygu eithrio pawb arall, ond yn hytrach, golyga dod i adnabod grŵp llai o bobl yn well.

Darganfyddwch sut mae'ch cynulleidfa darged yn derbyn gwybodaeth. Pa bapurau a ddarllenir; ydyn nhw'n gwrando ar radio lleol; ydyn nhw'n rhan o rwydwaith arall; ydyn nhw o'r farn fod y papur lleol yn wastraff amser? Fe fydd hyn i gyd yn helpu gweithredu'ch strategaeth.

Beth ydych chi eisiau dweud (eich neges allweddol)?

Lleihewch beth rydych eisiau dweud cymaint â phosib. Mae negeseuon allweddol fel arfer yn syml iawn, ac yn anaml yn cynnwys datganiadau polisi.

Dylech ofyn 'pam ddylai'r gynulleidfa darged ddod aton ni?' Nid yw ateb megis 'am ein bod yn dda' yn ddigon da; pam ydyn ni'n dda? Mae 'Gellwch ymddiried ynom ni' a 'rydyn ni'n gwybod beth rydyn ni'n siarad amdano' yn ddwy neges allweddol.

Meddyliwch yn neilltuol am negeseuon allweddol mewn perthynas ag ymgyrch newydd neu ddatblygu gwasanaeth newydd. Ydyn nhw'n mynd i gael effaith ar eich cynulleidfa darged?

Pa dulliau fyddwch chi'n defnyddio?

Beth yw'r ffordd orau i gyrraedd eich cynulleidfa gyda'ch neges? Mae hwn yn seiliedig ar beth a wyddoch amdanynt. Meddyliwch tu hwnt i gysylltiadau cyfryngol. Os mai ar lafar sydd orau, gall cynadleddau, cyfarfodydd ac ymweliadau fod yn rhan o gynllun cysylltiadau cyhoeddus. Beth am arddangosfeydd ffenest siop, post uniongyrchol, arddangosfeydd ac ati? Dylech seilio'ch dulliau cymaint â phosib ar beth a wyddoch am eich cynulleidfa. Ofer yw gwneud ymdrech fawr i roi cyhoeddusrwydd yn y Western Mail neu'r Daily Post er enghraifft os mai nifer fach o'ch cynulleidfa sy'n darllen y papurau hynny - byddai'r papur lleol yn fwy defnyddiol i chi.

Amserlenni strategaeth

Eich cynllun gweithredu. Ydych chi eisiau un cyhoeddusrwydd enfawr neu lif rheolaidd? Defnyddiwch dargedau ac amserlen - efallai bydd cylchgronau, hyd yn oed rhai lleol, eisiau stori neu erthygl tri mis cyn printio.

Cyllideb

Beth fydd cost hyn i gyd? Yn ddelfrydol gosodir eich cyllideb ar gyfer cost gweithredu'r strategaeth yn unig. Yn y sector wirfoddol dyma ble ddechreuwch leihau eich opsiynau. Annhebygol y gallwch wneud y cyfan, felly targedwch eich adnoddau at y dulliau a fydd mwyaf effeithiol - hyd yn oed os nad ydynt y mwyaf deniadol.

Efallai na chychwynnir rhai elfennau o'ch strategaeth am rai misoedd, felly efallai bydd amser gennych i geisio codi arian. Mae pobl yn fwy tebygol i roi at eitem benodol os yw'n rhan o strategaeth cysylltiadau cyffredinol yn hytrach nag eitem unigol.

Gwerthuso

Gwyddom fod hyn yn anodd ei gynnal! Ond sut arall fedrwch chi farnu os oedd eich ymdrechion yn llwyddiant? Ychydig o ymchwil marchnad, hyd yn oed un syml, yw'r unig ffordd i gadw golwg ar bethau. Cynlluniwch amser ar gyfer hwn ar sail gyson - hyd yn oed os mai cadw toriadau papur newydd a chofnod y nifer o ymholiadau a dderbyniwch a wnewch. Os gwneir hyn yn gyson, byddwch yn sylwi os yw pethau'n gweithio neu beidio. Mae'n system rybuddio gynnar sy'n eich galluogi i newid eich strategaeth yn hytrach na siarad â'r wal.

Cofiwch - y strategaeth orau yw un sy'n hyblyg, ac un a all newid a datblygu dros gyfnod o amser.

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

Cyngor Gweithredu Gwirfoddol Cymru

Tŷ Baltig, Sqwâr Mount Stuart, Bae Caerdydd, Caerdydd, CF10 5FH

Elusen Gofrestredig 218093

Ffôn: 0800 2888 329

help@wcva.org.uk

Ffacs: 029 2043 1701

www.wcva.org.uk



Ffôn: 0800 2888 329

www.wcva.org.uk

Cynhyrwyd gan WCVA, Cynghorau Gwirfoddol Sirol a Chanolfannau Gwirfoddoli

Wedi ei ddiweddarau: 25/08/2011