

Superfast Business Wales



Canllaw Busnes

Defnyddio Cyfryngau Cymdeithasol i Ddatblygu Masnach Ryngwladol

Gall cyfryngau cymdeithasol fod yn ffordd wych o gysylltu â chwsmeriaid tramor, datblygu eich brand, darparu gwasanaethau, a lleihau'r pellter rhwng eich cwmni a'i farchnadoedd.

www.business.wales.gov.uk/superfastbusinesswales/cy | 03000 6 03000





Sut i ddefnyddio Cyfryngau Cymdeithasol i Ddatblygu Masnach Ryngwladol

Cyflwyniad

Gall cyfryngau cymdeithasol fod yn ffordd wych i gysylltu â chwsmeriaid tramor, datblygu eich brand, darparu gwasanaethau, a lleihau'r pellter rhwng eich cwmni a'i farchnadoedd.

Ond fel gydag unrhyw ffurf o fusnes rhyngwladol, daw cynnal sgysiau o gwmpas y byd ar Facebook, Twitter a'u tebyg â heriau newydd.

Y newyddion da – fel sy'n wir mor aml gyda chyfryngau cymdeithasol – yw mai meddwl, nid buddsoddiad y mae'r rhain eu hangen, yn bennaf.

Bydd y canllaw hwn yn eich helpu i nodi rhai cwestiynau allweddol, a'u hateb, er, dibynna sut yr ydych yn gweithredu cyfryngau cymdeithasol rhyngwladol ar yr hyn yr ydych yn ei werthu, ble, ac i bwy, wrth gwrs.

Wyddech chi?

Pe bai Facebook yn wlad, hi fyddai'r **drydedd fwyaf poblog** y byd, ar y blaen i'r Unol Daleithiau, gyda phoblogaethau uwch yn Tsieina ac India yn unig.

Gall brandiau ar y brig sicrhau **rhagor na miliwn o ddilynwyr** ar Sina Weibo, gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol Tsieinëeg.

Yn Ionawr 2015, roedd **1.65 biliwn o gyfrifon cyfryngau cymdeithasol** yn cyrchu drwy ddyfeisiadau symudol o gwmpas y byd.

(We Are Social report 'Digital, Social and Mobile in 2015')



Deall

Cyfyngau Cymdeithasol Rhyngwladol – y Cyfleoedd a'r Heriau

Yr un yw prif fuddion y cyfyngau cymdeithasol yn rhyngwladol ag ydyn nhw gartref. Gall eich helpu i:

- Ddatblygu eich brand a'ch delwedd gyda defnyddwyr a chydweithwyr proffesiynol
- Hyrwyddo cynhyrchion, gwasanaethau a chynigion
- Darparu cymorth i gwsmeriaid

Mae'r camau pwysig o ran sefydlu presenoldeb hefyd yn debyg. Bydd angen ichi:

- Ddiffinio eich nodau, a chanfod sut all cyfyngau cymdeithasol eich helpu i'w cyflawni
- Dewis y sianelau cywir yn y gwledydd cywir
- Gosod canllawiau ar gyfer cynnwys
- Dewis pobl i reoli gweithrediadau o ddydd i ddydd a diweddariadau rheolaidd
- Monitro yn gyson

Bydd cysylltiad Band Eang Cyflym lawn yn ei gwneud hi'n llawer iawn haws i reoli'r broses hon, gan ddarparu lled band gwell ar gyfer eich sianelau dewisol a mynediad cyson at eich offer monitro a dadansoddi.

Er bod y canllaw hwn yn rhoi sylw i ddefnyddio cyfyngau cymdeithasol er mwyn cyrraedd defnyddwyr yn bennaf, mae llawer o'i bwyntiau hefyd yn berthnasol i farchnata busnes i fusnes, drwy gyfyngau cymdeithasol.

Mabwysiadu

Dechrau Arni – Dewis Gwledydd a Llwyfannau

Mewn unrhyw wlad, y ffordd symlaf o fanteisio ar lwyfan cyfyngau cymdeithasol poblogaidd yw hysbysebu arno. Er y gall hynny'n fod yn ffordd ddefnyddiol i sicrhau cysylltiad cyflym a phrofi'r farchnad, chewch chi fawr ddim o'r buddion gwirioneddol a ddaw o bresenoldeb ar y cyfyngau cymdeithasol.

Er mwyn ymgysylltu â'ch cwsmeriaid mewn sgysiau dilys, mae'n debygol iawn y bydd angen i'ch presenoldeb fod yn fwy lleol. Er y gall y rhan fwyaf o'r byd mewn egwyddor weld eich tudalen Brydeinig ar Facebook.com, er enghraifft, yn ymarferol mae'n well gan bobl ymweld â thudalen a chanddi gynnwys mwy lleol, yn eu hiaith eu hunain.



A defnyddio Facebook fel enghraifft, hwyrach mai'r ateb gorau yw tudalen fyd-eang gyda diweddariadau yn ymwneud â'ch holl gwmni a phrif frandiau, wedi'i chyfuno â thudalennau gwlad-benodol, i ymgysylltu'n uniongyrchol â defnyddwyr. Ac os oes gennych bortffolio mawr o gynhyrchion amrywiol iawn, gallech greu tudalennau penodol i frand, yn ogystal â phenodol i wlad.

Mae'r realiti ychydig yn fwy cymhleth oherwydd mae pobl o rai gwledydd yn ffafrio rhwydweithiau cymdeithasol sy'n ddieithr i bobl y tu hwnt i'w ffiniau, ond fel egwyddor gyffredinol, mae'n bur dda.

Eto, ni fedrwch lansio gweithgaredd cyfryngau cymdeithasol lawn yn holl wledydd y byd, ar yr un pryd. Felly, ble rydych chi'n cychwyn?

Pennir hynny i raddau helaeth gan nodau eich busnes. Does dim diben treulio amser ar gyfryngau cymdeithasol mewn gwlad lle nad oes gennych werthiannau, na bwriad i'w datblygu, naill ai drwy e-fasnach neu ar lawr gwlad. Ond gall hynny hyd yn oed adael gormod o wledydd ar eich rhestr fer.

Fel rheol, pan fo 5% o'r cefnogwyr, (neu ddilynwyr, neu gysylltiadau, ac ati) ar eich tudalen fyd-eang yn hanu o wlad benodol, mae'n hwb da ystyried presenoldeb ar gyfer y wlad benodol honno.

Efallai y bydd iaith yn helpu i leihau'r rhestr: mae'n amlwg y bydd hi dipyn haws i ran fwyaf o gwmnïau Prydeinig rheoli cyfryngau cymdeithasol ar gyfer yr Unol Daleithiau neu Awstralia na Brasil neu Japan.

Fodd bynnag, mae'n werth nodi tair gwlad y cyfeirir yn gyson atynt fel gwledydd poblogaidd o ran cyfryngau cymdeithasol: Brasil, Tsieina a Rwsia. Wrth gwrs, maent i gyd yn rhan o'r pedwarawd BRIC enwog o economïau sy'n datblygu'n gyflym, ac os ydych chi'n gobeithio cynnal busnes yn unrhyw un o'r gwledydd, dylech ystyried o ddifri ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol.

Yn yr adran nesaf cawn gipolwg ar rai o'r rhwydweithiau cymdeithasol mwyaf blaenllaw ledled y byd, i ddangos eu hamrywiaeth yn fwy na chynnig cyfeiriadur hollgynhwysol.

Cychwyn Arni – Ystyriaethau Ymarferol

Fel y gwelsom, mae'r egwyddorion sylfaenol o ran sefydlu presenoldeb cyfryngau cymdeithasol tramor ac yn y Deyrnas Unedig, yn eithaf tebyg. Ond mae pwyntiau ychwanegol i'w hystyried.

Oni bai eich bod chi'n targedu rhannau eraill o'r byd lle siaredir Saesneg, mae iaith yn amlwg yn broblem enfawr:

- Yn gyntaf, peidiwch â dibynnu ar gyfieithu peirianyddol, fel Google Translate. Nid yw'n ddigon da ar gyfer negeseuon o natur broffesiynol. Ar y gorau byddwch yn ymddangos yn anwybodus ac heb ymrwymo i'r farchnad leol; ar eich gwaethaf byddwch yn dweud rhywbeth i'r gwrthwyneb i'r hyn yr oeddech yn ei olygu.



- Felly, bydd angen ichi naill ai gyflogi pobl sy'n rhugl yn iaith y wlad darged, neu dalu am gyfieithu.
- A pheidiwch â syrthio i'r fagl o rannu'r byd ar sail iaith yn unig. Ceir amrywiadau amlwg: Mae Sbaenwyr ac Archentwyr yn siarad Sbaeneg ond fe'i siaredir mewn ffordd gwbl wahanol (a, beth bynnag, maen debyg y byddai'n well gan Sbaenwyr o Farcelona gael eu cyfarch mewn Catalaneg).

I ba raddau fedrwch chi ail ddefnyddio eich **cynnwys cyfryngau cymdeithasol yn y DU?**

Gall fod yn amherthnasol mewn rhai gwledydd, yn ddryslyd, er enghraifft, os cyfeirir at ddiwylliant poblogaidd Prydeinig, a gall fod yn sarhaus neu bechu yn erbyn sensoriaeth, hyd yn oed.

Ystyriwch: ai cryfder yw'ch 'Prydeindod' yng ngolwg cwsmeriaid tramor, ac felly'n rhywbeth y dylech ei bwysleisio, neu a yw'n amherthnasol?

Mae'r materion hyn yn codi cwestiwn pwysig arall: a ddylech chi **gyflawni'r cwbl eich hun o'ch gwlad gartref**, neu gyflogi rheolwyr cyfryngau cymdeithasol i lunio cynnwys a delio â chysylltiadau cyfryngau cymdeithasol yn y wlad darged? Ac os felly, sut ydych chi'n eu rheoli, oni bai bod gennych eisoes is-gwmni neu bartner yno y gallwch chi ymddiried ynddo?

Cofiwch, rhaid i chi **gadw at eich addewid**. Os nad yw'ch busnes eisoes yn barod i ddelio ag ymholiadau rhyngwladol, cludiant, dychweliadau, ad-daliadau ac yn y blaen, does fawr o bwynt sefydlu presenoldeb cyfryngau cymdeithasol sy'n dibynnu ar effeithlonrwydd y rhain. Cofiwch, yr hyn sy'n bwysig yw **disgwyliadau lleol o ran gwasanaethau cwsmeriaid**, nid rhai Prydeinig.

Bydd angen ichi wybod beth yw'r gyfraith ym mhob gwlad, nid yn unig ynglŷn â busnes yn gyffredinol, ond ynglŷn â hysbysebu, marchnata a chyfathrebiadau masnachol. Er enghraifft, gallai gwneud holiadau penodol am eich cynnyrch fod yn anghyfreithlon.

Ymelwa

Cyfryngau Cymdeithasol ledled y Byd

Yn yr adran hon, cawn olwg gyflym ar rai gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol pwysig mewn marchnadoedd rhyngwladol o bwys. Mae gan ambell enw bresenoldeb byd-eang bron, Facebook yn anad dim, ond Twitter a LinkedIn hefyd - ond ceir cyfryngau cymdeithasol lleol nodedig eraill mewn sawl gwlad.

Rhaid wrth waith ymchwil manwl, oherwydd gall y gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd fethu, a daw rhai newydd yn eu lle; yn ffodus, ceir cyfoeth o ystadegau ac erthyglau 'canfod beth sy'n trendio' am gyfryngau cymdeithasol, am ddim ar-lein.

Fel bob amser gyda chyfryngau cymdeithasol, dewiswch y llwyfannau y mae eu defnyddwyr yn cydweddu â'ch marchnad darged. Peidiwch â chael eich hudo gan nodweddion technoleg; waeth pa mor glyfar neu glodwiw, os na chyrhaeddwch y bobl iawn, ofer fydd eich ymdrech.



Yr Ariannin

Mae Archentwyr ymhlith defnyddwyr Rhynggrwyd symudol mwyaf yn y byd. O ganlyniad, mae **WhatsApp**, sy'n eiddo i Facebook, yn boblogaidd tu hwnt, er y ceir cefnogaeth gref i **Facebook** ei hun.

Awstralia

Yn gyffredinol, mae'r dirwedd cyfryngau cymdeithasol yn Awstralia yn debyg i weddill y byd lle siaredir Saesneg. Mae **Facebook** a **YouTube** yn dominyddu i bob golwg; mae **Twitter** ymhell ar ei hôl hi.

Gwlad Belg

Ynghyd ag enwau rhyngwladol cyfarwydd, mae **Netlog**, sy'n eiddo i gwmi o wlad Belg, yn safle boblogaidd ymhlith ieuencid, yma ac yn rhyngwladol.

Brasil

Mae'r Brasiliaid ymhlith rhai o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol mwyaf brwdfrydig y byd, gyda **Facebook** a **Twitter** yn uchel ar eu rhestrau. Roedd **Orkut**, oedd yn eiddo i Google, yn hynod boblogaidd ym Mrasil nes iddo gau'r llynedd. Mae blogio yn nodwedd hynod gyffredin ymhlith defnyddwyr llawer o wledydd Ladin America, hefyd.

Canada

Canada sydd â'r treiddiad uchaf o ddefnyddwyr cyfryngau cymdeithasol y byd (h.y. y ganran uchaf o ran yr oedolion sy'n eu defnyddio), yn ôl rhai rhestrau. Mae'r safleoedd a ffafrir gan drigolion Canada yr un fath ag yn yr Unol Daleithiau: **Facebook**, **Twitter**, **Google+**, a **LinkedIn**.

Tsieina

Yn fwy nag unrhyw wlad bwysig arall, mae Tsieina'n wahanol i weddill y byd lle bo cyfryngau cymdeithasol dan sylw, oherwydd sensoriaeth llywodraeth, i raddau helaeth. Ceir bloc ar Facebook a Twitter, er bod rhai defnyddwyr yn llwyddo i'w cyrchu o hyd. Mae'r holl rwydweithiau Tsieinëeg fwyaf arwyddocaol yn gynhenid, a rhaid gwirio'r holl bostiadau ar y rhain hyd yn oed, er mwyn sicrhau nad yw'n torri rheolau.

Safle meicro-blogio tebyg i Twitter ar raddfa enfawr, yw **Sina Weibo**, gyda channoedd o filoedd o ddefnyddwyr (er mai ond lleiafrif bach sy'n postio cynnwys gwreiddiol), a rhaid i unrhyw un â ganddo ddiddordeb mewn ymuno â sgysia cyfryngau cymdeithasol y Tsieineaidd ei ystyried o ddifri. Un ffordd o sicrhau cysylltiad sylweddol cyflym drwy Sina Weibo yw drwy gytundebau wedi'u cymeradwyo gan bobl enwog, y gall asiantaethau hysbysebu sy'n gweithredu yn Tsiena eu sefydlu.

Mae enwau Tsieinëeg pwysig eraill yn apelio at boblogaethau demograffig penodol. Mae **Qzone** yn debyg o ran maint i Sina Weibo, ac yn boblogaidd ymhlith pobl ifanc. Mae **Renren** yn ffordd ddefnyddiol o gyrraedd myfyrwyr prifysgol, tra bod **Kaixin001** yn apelio at weithwyr coler wen.



Yn gyffredinol, mae defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol Dwyrain Asia'n awyddus iawn i rannu a lawr lwytho cerddoriaeth a fideos - yn aml yn anghyfreithlon, wrth gwrs, ond rhydd hyn gipolwg ar y math o gynnwys a all apelio.

Ffrainc

Facebook eto...a **Viadeo** ar gyfer rhwydweithio Busnes i Fusnes.

Yr Almaen

Unwaith eto mae **Facebook** yn safle cyfryngau cymdeithasol o bwys yma, gyda **Google+** yn sgorio'n uchel hefyd. Cyfrwng arall pwysig a grëwyd yn lleol yw **Xing**, cystadleuydd i LinkedIn a sefydlwyd yn yr Almaen, ond sy'n cyrraedd cynulleidfa ryngwladol bellach. Dywedir bod defnyddwyr yr Almaen yn pryderu'n benodol am breifatrwydd.

Yr India

Fel Brasil, yr oedd yr India yn diriogaeth bwysig ar gyfer **Orkut** nes y caewyd ef, ac unwaith eto, ymddengys bod **Facebook** a **Twitter** yn llenwi'r bwlch. Mae gamblo ar-lein hefyd yn boblogaidd yn yr India.

Yr Eidal

Facebook eto...a **Twitter** a **LinkedIn**. Mae cystadleuwyr cynhenid yr Eidal yn gymharol wan.

Japan

Fel yn Tsieina, dominyddwyd y farchnad Japaneaidd gan weithredwyr mwy lleol na'r rhai rhyngwladol, er bod hynny'n newid. Mae **Mixi** yn rhwydwaith Japaneaidd o bwys, ond mae pobl y tu allan i Japan yn ei chael hi'n anodd ei gyrchu oherwydd cyfyngiadau cofrestru. Mae **Facebook** yn ennill peth troedle ar diriogaeth Mixi, ond, yn anarferol, o'r cewri byd-eang yn Japan, **Twitter** sydd wedi sefydlu orau.

Line, sy'n seiliedig ar ffôn clyfar, yw'r gwasanaeth lleol blaenllaw arall a chanddo nifer sylweddol o ddefnyddwyr yng Ngwlad Thai ac Indonesia yn Dwyrain Asia.

Dywedir bod defnyddwyr rhyngryd Japaneaidd yn fwy parod na'r rheini mewn llawer o wledydd i dalu am gynnwys ar-lein.

Yr Iseldiroedd

Facebook a **YouTube** yw'r enwau mawr yma, gyda **LinkedIn** a **Twitter** ar ei hôl hi.

Gwlad Pwyl

Facebook eto...ond hefyd NK.pl, gwasanaeth sy'n benodol i Wlad Pwyl.

Rwsia

Mae'r Rwsiaid ymhlith y defnyddwyr cyfryngau cymdeithasol mwyaf. Mae **Facebook**, ac i raddau dipyn llai, **Twitter** yn bresennol, ond **Vkontakte** yw'r safle sy'n dominyddu, yn cyfateb i LinkedIn lleol. Mae **Odnoklassniki**, lle mae cyfeillion ysgol yn aduno, hefyd yn boblogaidd, er bod ei ffocws yn fwy cul.



Nid yw sensoriaeth o'r cyfryngau cymdeithasol mor llym ag yw yn Tsieina, ond bu llywodraeth Putin yn raddol dynhau ei rheolaeth.

De Corea

Llwyfan cyfryngau cymdeithasol yw **KakaoTalk** a ddefnyddir gan ymron i bob perchennog ffôn glyfar yn Ne Corea, un o wledydd y byd sy'n awchu am dechnoleg. Dylid ei ystyried ynghyd â dewisiadau mwy prif-ffrwd fel **Facebook**, a fu'n ennill tir ar draul gweithrediadau lleol fel **Cyworld**.

Sbaen

Roedd y llwyfan lleol **Tuenti** yn bwerus yn Sbaen, ond erydwyd llawer o'i arweiniad, ymhlith pobl ifanc yn arbennig, gan **Twitter** yn enwedig. Wrth gwrs, mae **Facebook** hefyd yn boblogaidd. Mae **Viadeo** yn gryf ar gyfer rhwydweithio Busnes i Fusnes, fel yn Ffrainc.

Yr Unol Daleithiau

Fel y gellid disgwyl, **Facebook** sy'n hollol ddominyddu'r farchnad cyfryngau cymdeithasol yn yr Unol Daleithiau, yn cyfrif am ymron i 60% o ymweliadau safleoedd. Mae **YouTube**, **LinkedIn** a **Google+** ymhlith enwau pwysig eraill.

Awgrymiadau Ardderchog

- Ystyriwch amser yn ofalus. Mae parthau amser, wythnosau gwaith a gwyliau cyhoeddus yn amrywio. Bydd hyn yn effeithio pryd y mae pobl yn fwyaf tebygol o ymgysylltu â gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol, a math y neges a groesewir ganddynt.
- Mesurwch a monitwch y pethau sy'n wirioneddol o bwys. Er enghraifft, gall ail-drydar fod yn fwy arwyddocaol na dilynwyr Twitter; mae'n debyg bod postïadau go iawn ar eich tudalen Facebook yn dynodi fwy o ddiddordeb na dim ond hoffi. Ceisiwch ganfod ffordd i fesur natur rhyngweithiadau, nid cyfri'u niferoedd yn unig. A oedd cwsmeriaid yn hapus i sgwrsio, neu oedden nhw'n flin?
- Defnyddiwch eich gwefan, negeseuon e-bost, print a phecynnu i gyfeirio pobl at eich cyfrifon cyfryngau cymdeithasol.
- Mae'n werth cofrestru enw eich cwmni a prif frand neu enwau eich cynnyrch, ar holl wasanaethau cyfryngau cymdeithasol pwysicaf y byd – hyd yn oed os nad yw'n fwrriad gennych i'w defnyddio hyd yn hyn.
- Astudiwch yr hyn mae busnesau eraill yn ei wneud yn eich marchnadoedd targed, a dysgwch oddi wrth y brandiau mawr hefyd. Mae gan y tri brand Coca-Cola, Clwb Pêl-droed Lerpwl a Starbucks ddulliau llwyddiannus iawn at y cyfryngau cymdeithasol.



- Fel y mae'r prif gamau tuag at lwyddiant cyfryngau cymdeithasol tramor yr un fath â gartref, felly y mae'r pethau i'w hosgoi. Peidiwch byth â bod yn anghyson neu'n anonest yn eich gweithgareddau cyfryngau cymdeithasol, a pheidiwch â syrthio i fagl natur tymor byr - rhowch amser i'ch hun i lwyddo.
- A ddylai eich llefarydd cyfryngau cymdeithasol fod yn ddyn neu'n ddynes? Fe hoffech chi ddweud "nid yw'n bwysig" o bosibl, ond mewn rhai gwledydd, mae'n sicr yn bwysig.
- Mae'n well rhoi'r gorau'n llwyr i bresenoldeb cyfryngau cymdeithasol penodol, er enghraifft, tudalen Facebook, na pheidio â'i diweddarau neu ymateb i negeseuon.



Y CAMAU NESAF

1. Cofrestrwch i fod yn bresennol mewn Gweithdy Datblygu Busnes wedi'i ariannu'n llawn:
<http://business.wales.gov.uk/superfastbusinesswales/cy/digwyddiadau>
2. Trefnwch apwyntiad i weld Ymgynghorydd Buses a fydd yn eich helpu i greu cynllun gweithredu personol i dyfu'ch busnes:
<http://business.wales.gov.uk/cy/cysylltwch-a-ni>

Cadwch eich bys ar y pwls gyda Cyflymu Busnesau Cymru

Gweld sut mae busnesau eraill yng Nghymru wedi ymelwa o Fand Eang Cyflym iawn:
www.business.wales.gov.uk/superfastbusinesswales/cy/straeon-llwyddiant-cyflym

Canfod faint allai'ch busnes chi arbed gyda'r cyfrifiannell arbedion:
www.business.wales.gov.uk/superfastbusinesswales/cy/cyfrifwr-arbedion

Mae Canllawiau Busnes eraill a allai fod o ddiddordeb i chi yn cynnwys:
www.business.wales.gov.uk/superfastbusinesswales/cy/canllawiau-busnes-cyflym-iawn

I gael yr wybodaeth ddiweddaraf yn fisol ar ddatblygiad busnes, newyddion technoleg a digwyddiadau tanysgrifiwch i Daflen Newyddion Busnes Cymru:
https://public.govdelivery.com/accounts/UKWALES_CY/subscriber/new

Am ragor o wybodaeth ffoniwch 03000 6 03000 neu ymwelwch â:
www.business.wales.gov.uk/superfastbusinesswales/cy

