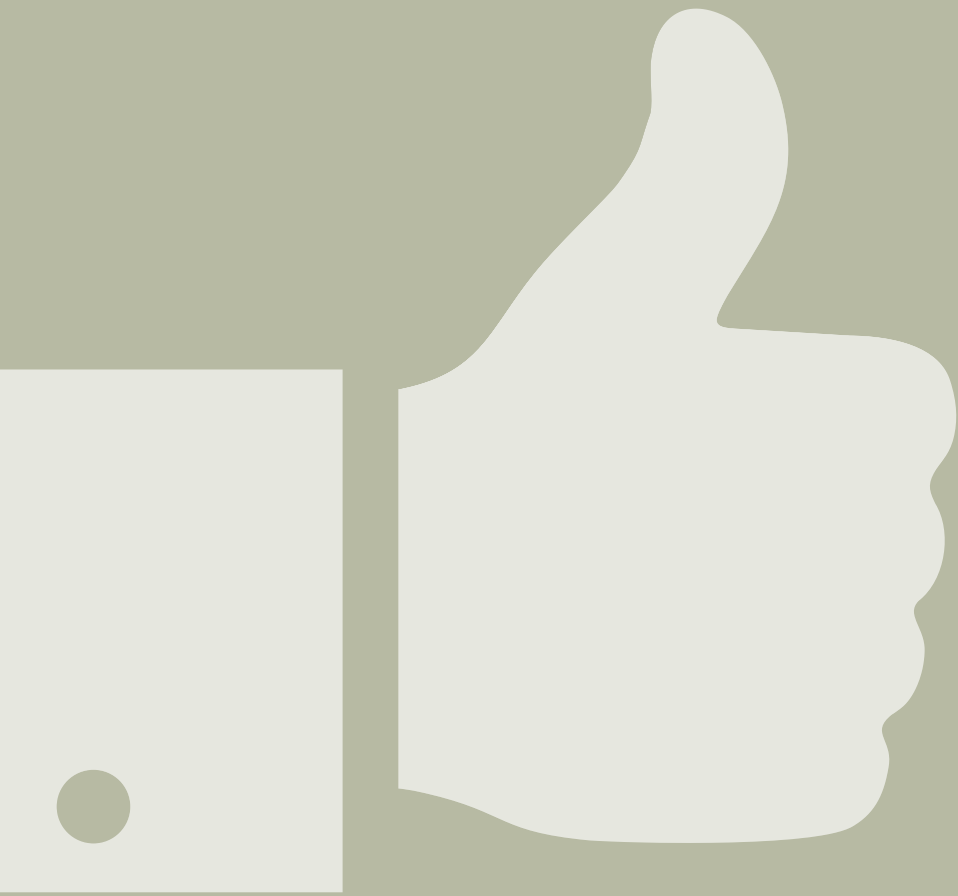


Boed yn drydar gan enwogion neu bartïon plant yn eu harddegau ar Facebook, mae'r cyfryngau cymdeithasol yn aml yn cyrraedd y penawdau. Yr hyn nad yw'n cael ei bwysleisio mor aml yw pa mor ddefnyddiol ydyn nhw ar gyfer busnes.

CANLLAW BUSNES

Defnyddio'r Cyfryngau Cymdeithasol i roi Hwb i'ch Busnes

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

Busnes Cymru
Business Wales

Undeb Ewropeaidd
European Union
Llywodraeth Cymru
Welsh Government
Cronfa Datblygu Rhanbarthol Ewrop
European Regional Development Fund

Llywodraeth Cymru
Welsh Government

Cynnwys

Tudalen

Cyflwyniad 3

DEALL

Pam mae busnesau'n defnyddio Cyfryngau Cymdeithasol? 4

Beth yw Cyfryngau Cymdeithasol? 5

Beth yw'r Prif Gyfryngau Cymdeithasol? 6

Problemau Cyffredin 10

Monitro'r Cyfryngau Cymdeithasol 11

MABWYSIADU

Sut y gallaf ddefnyddio Cyfryngau Cymdeithasol yn effeithiol? 12

MANTEISIO

Pa fanteision busnes y gallaf eu disgwyl? 13

Dilynwch yr awgrymiadau ardderchog hyn 14

Y CAMAU NESAF 15

"Os ydych o ddifrif ynglŷn â'r cyfryngau cymdeithasol, rhaid ichi ymrwymo i fod yn ddiddorol o leiaf unwaith y dydd – o bosibl am weddill eich bywyd!"

(Ffynhonnell: colofnydd The Secret Marketer)

Cyflwyniad

Mae'r gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol mwy yn cyrraedd llawer mwy o bobl nag unrhyw gyfrwng confensiynol fel gorsaf deledu neu gylchgrawn. Ar y cyfan nid oes angen talu am eu defnyddio. Ac maen nhw'n cyflwyno ffordd newydd o gyfathrebu â chwsmeriaid presennol a darpar gwsmeriaid, yn ogystal â phobl eraill sydd â diddordeb yn eich busnes: cyfathrebu sydd fwy fel sgwrs ddwy ffordd na neges un ffordd.

Fodd bynnag, mae llwyddiant gyda chyfryngau cymdeithasol hefyd yn galw am ddull gwahanol i'r un sydd ei angen ar gyfer gwefannau, hysbysebion, neu lawer o ffurfiau eraill o ohebiaeth marchnata – y cyfan wedi'i seilio ar fynediad rhyngrwyd Band Eang Cyflym Iawn – a byddwn yn pwysleisio hynny yn y canllaw hwn.

Pam mae busnesau'n defnyddio Cyfryngau Cymdeithasol?

Mae'r niferoedd mawr o bobl sy'n defnyddio cyfryngau cymdeithasol yn ddeniadol i lawer o fusnesau, yn enwedig y rhai sy'n marchnata i ddefnyddwyr. Ond ceir atyniadau eraill hefyd.

Yn eu hanfod, mae pobl sy'n defnyddio safle cyfryngau cymdeithasol yn awyddus i gyfathrebu a/neu dderbyn gohebiaeth. Fel arfer, maen nhw hefyd yn eu defnyddio am eu bod yn hoffi eu defnyddio. Mae'r ddau ffactor hyn yn golygu bod cyfryngau cymdeithasol yn berffaith i siarad â phobl ar lefel anffurfiol, bersonol - hyd yn oed ar lefel un-i-un - mewn ffordd nad yw gwefannau cwmnïau, heb sôn am hysbysebu confensiynol, yn ei ganiatau mewn gwirionedd. Mae'r cyfryngau cymdeithasol hefyd yn ffordd o wrando ar bobl.

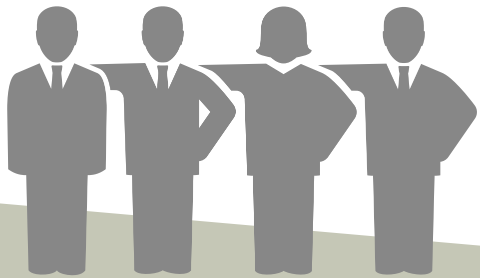
CHWECH O FANTEISION DEFNYDDIO'R CYFRYNGAU CYMDEITHASOL

1. Ymgysylltu â'ch cwsmeriaid
2. Datblygu delwedd eich brand
3. Hyrwyddo eich cynnyrch/ gwasanaethau
4. Monitro adborth cwsmeriaid
5. Darparu cymorth i gwsmeriaid
6. Recriwtio

Beth yw Cyfryngau Cymdeithasol?

Dywedir yn aml, ac yn gywir ddigon, nad yw cyfryngau cymdeithasol yn ymwneud ag anfon neges gan obeithio bod rhywun yn gwrando; mae'n ymwneud â chymryd rhan mewn sgwrs.

O ystafell y bwrdd i'r stryd, mae bron pob un ohonom yn ymwybodol o gyfryngau cymdeithasol ac mae'r rhan fwyaf yn eu defnyddio ar ryw ffurf neu'i gilydd. Er syndod, serch hynny, nid oes diffiniad cwbl glir ohonynt. Mae'r term yn cwmpasu llawer o wasanaethau a ddarperir gan gwmnïau gwahanol, er mai dim ond rhai ohonyn nhw sy'n bwysig iawn.



Dyma rai pethau sydd ganddyn nhw yn gyffredin:

- ✓ Ceir mynediad iddyn nhw drwy wefannau
- ✓ Maen nhw'n galluogi pobl i rannu a/neu greu cynnwys (testun, lluniau, ac ati)
- ✓ Mae bron y cyfan o'r cynnwys hwn yn cael ei greu gan y defnyddwyr, nid gan y cwmnïau sy'n rhedeg y gwasanaethau
- ✓ Mae pob defnyddiwr yn cael ei greu'n gyfartal (ar y cyfan), ac yn rhyngweithio â safle cymdeithasol yr un ffordd yn union
- ✓ Yn eu hanfod, maen nhw am ddim (er y gallant gynnwys rhai agweddau y mae angen talu amdanynt), ac maen nhw'n agored i unrhyw un
- ✓ Mae'r rhan fwyaf wedi'u hanelu at unigolion sy'n eu defnyddio'n breifat yn hytrach na fel rhan o'u gwaith

Mae 68% o frandiau yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol fel cyfle i ymgysylltu â chwsmeriaid, ac mae 89% yn defnyddio gwybodaeth sy'n deillio o fonitro cyfryngau cymdeithasol i helpu i wella eu gwasanaeth cwsmeriaid.

(Ffynhonnell: Kcom/Customer Contact Association)

DEALL

Beth yw'r Prif Gyfryngau Cymdeithasol?

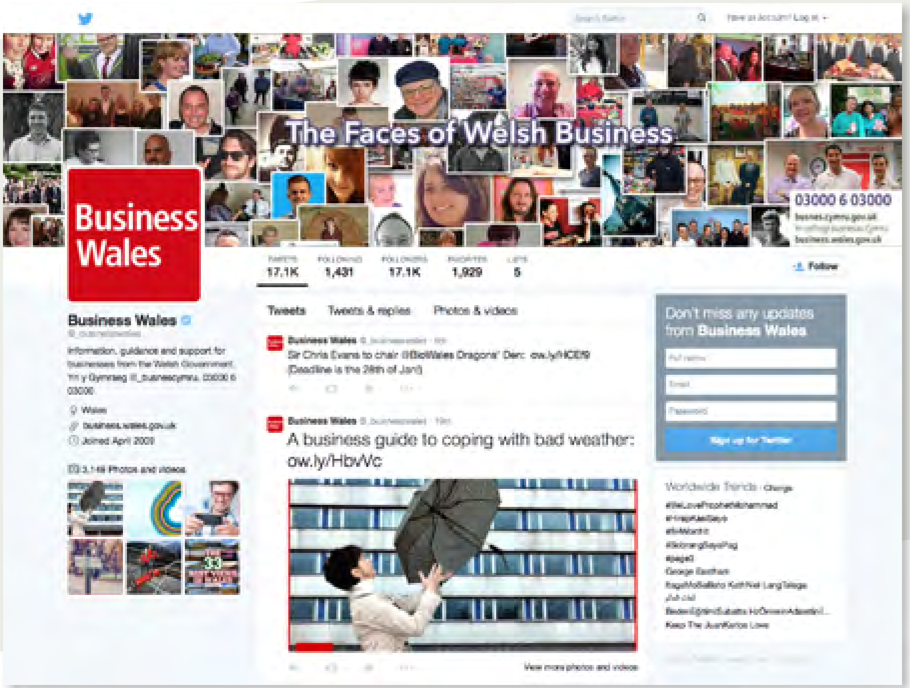
Y mwyaf a'r enwocaf yw Facebook.

Ei brif rôl yw darparu lle i unigolion gael eu tudalen eu hunain i bostio eu newyddion diweddaraf, eu meddyliau, lluniau ac ati, a rhannu'r rhain â defnyddwyr eraill a ddewiswyd ganddyn nhw fel ffrindiau. Ond gall busnesau gael tudalennau Facebook hefyd, a gwneud yr un pethau.

Mae'r tudalennau hyn yn darparu mannau anffurfiol sy'n hawdd dod o hyd iddynt, lle y gall busnesau sgwrsio â defnyddwyr, er enghraifft i drafod cynnyrch newydd.

Beth yw'r Prif Gyfryngau Cymdeithasol?

2



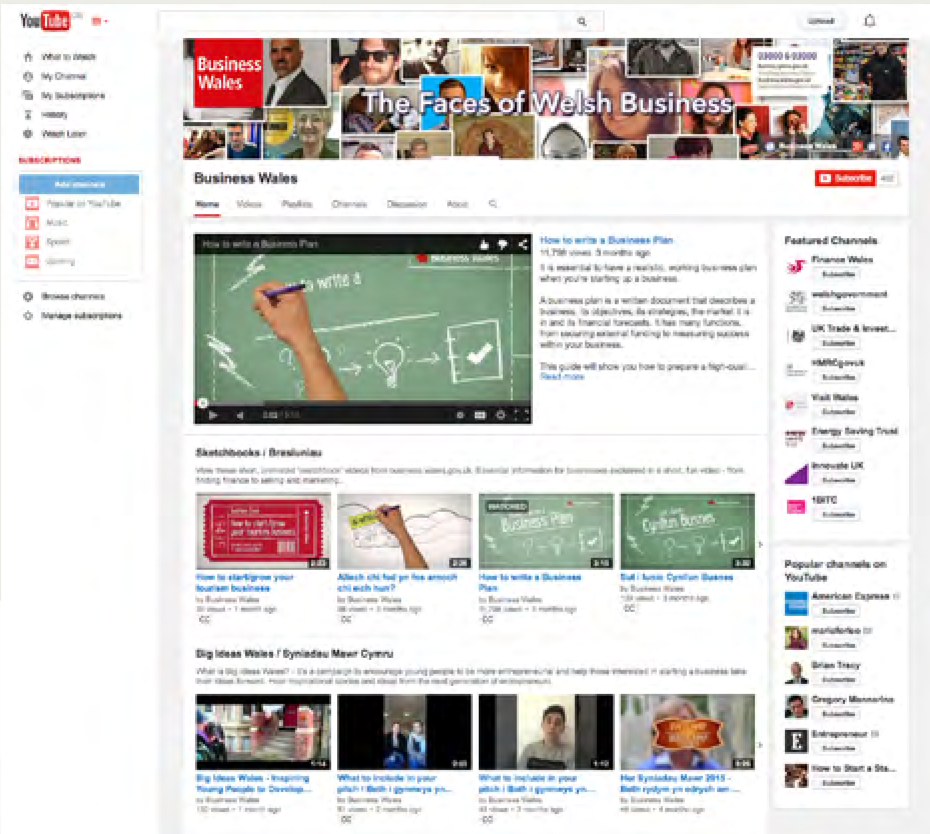
Gwasanaeth cyfryngau cymdeithasol arall sy'n enw cyfarwydd yw Twitter.

Mae Twitter yn cynnig ffordd o anfon negeseuon byr iawn (o'r enw trydariadau neu 'tweets') i nifer mawr o bobl ar yr un pryd. Felly mae Twitter yn pwysleisio llawer o negeseuon byr yn hytrach na darnau mawr o gynnwys o bryd i'w gilydd. Mae gan hyn oblygiadau i fusnesau sy'n ei ddefnyddio: mae'r ymrwymiad o ran adnoddau staff yn isel (gellir ysgrifennu neges drydar mewn ychydig funudau) ond rhaid gwneud hynny yn rheolaidd (efallai bob dydd).

Gall defnyddwyr ddewis ymgysylltu â'ch busnes yn benodol, drwy dderbyn eich negeseuon a'u hateb yn gyhoeddus, neu gallan nhw chwilio am drydarau sydd o ddiddordeb iddyn nhw, gan ddefnyddio codau o'r enw hashnodau. Er enghraifft, dyweder eich bod yn wneuthurwr creision, a'ch bod am leoli eich amrywiaeth o flasau fel rhai sy'n berffaith i'w bwyta wrth wylio chwaraeon ar y teledu. Gallech arwyddo eich trydarau â hashnodau sy'n ymwneud â digwyddiadau chwaraeon mawr, ac felly gyrraedd aelodau posibl o'ch marchnad darged hyd yn oed os nad ydynt wedi clywed am eich cwmni. (Yn naturiol, gellir gorddefnyddio'r dechneg hon yn hawdd; ar y cyfan, mae unrhyw fath o 'werthu taer' yn syniad gwael ym maes cyfryngau cymdeithasol.)

Mae hefyd yn werth nodi bod Twitter yn boblogaidd iawn ymhlith newyddiadurwyr a blogwyr, felly mae'n ffordd ddefnyddiol iawn o gyrraedd y llunwyr barn yma pan fydd angen ichi ledaenu newyddion yn gyflym.

Beth yw'r Prif Gyfryngau Cymdeithasol?

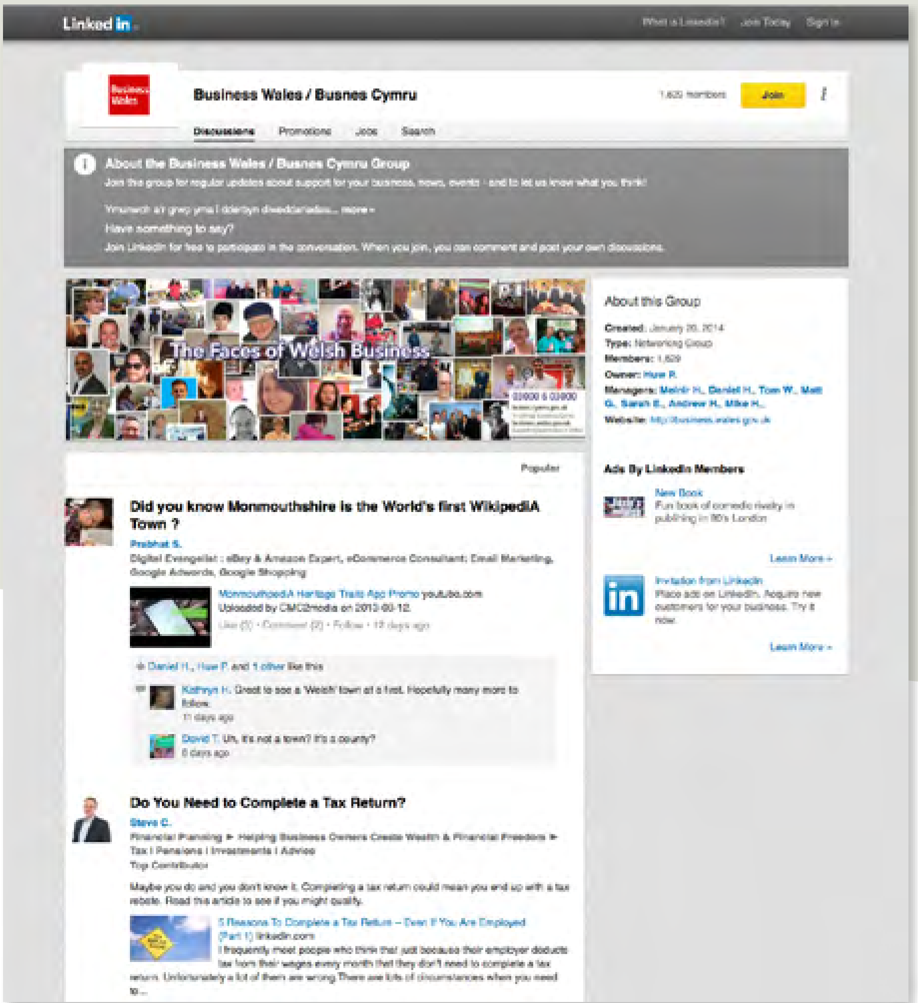


YouTube

Mae YouTube yr un mor gyfarwydd, er nad yw pobl bob amser yn meddwl amdano fel cyfrwng cymdeithasol.

Mae YouTube (sy'n eiddo i Google) yn safle lle gall unrhyw un lanlwytho fideos i'r byd eu gweld. Er bod llai o ryngweithio ymhlith defnyddwyr nag ar lawer o safleoedd cymdeithasol eraill, mae YouTube wedi'i adeiladu'n bwrpasol i gefnogi fideo, yn wahanol i'r gweddill. Felly mae'n ychwanegiad defnyddiol. Gallwch lanlwytho eich fideos i YouTube, ac yna defnyddio gwasanaeth mwy rhyngweithiol fel Facebook neu Twitter i annog pobl i'w gwylio.

Beth yw'r Prif Gyfryngau Cymdeithasol?



Yn olaf, ceir LinkedIn.

LinkedIn o bosib yw cyfrinach orau'r byd cymdeithasol: gwasanaeth sefydledig y gellir ei alw'n 'Facebook i bobl broffesiynol'. Lle gallai defnyddiwr Facebook lanlwytho rhestr o'u hoff ffilmiau, mae LinkedIn yn fwy tebygol o gynnwys eu CV. Ceir hefyd llawer o grwpiau trafod sy'n ymwneud â busnesau, rhai ohonyn nhw yn arbenigol iawn.

Problemau Cyffredin

Nodwyd adnoddau annigonol fel camgymeriad cyffredin a wneir gan fusnesau sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol. Dyma ragor o gamgymeriadau:

Agwedd tymor byr

ni fydd y cyfryngau cymdeithasol yn gwneud gwahaniaeth mewn ychydig wythnosau neu fisoedd.

Diffyg tryloywder

mae gonestrwydd a hygrededd yn hollbwysig - ni ellir gorbwysleisio hyn. Bydd osgoi cwestiynau anodd, wrth iddyn nhw godi, yn niweidio eich enw da.

Diffyg rheoli

peidiwch â gadael i'ch presenoldeb ar y cyfryngau cymdeithasol ddod yn anhrefn llwyr, lle y gall unrhyw un gyfrannu unrhyw beth; bydd hyn yn rhoi delwedd a neges anghyson.

Gor-reoli

i'r gwrthwyneb, peidiwch â mynnu bod y bwrdd yn cymeradwyo pob trydariad, neu ni fydd dim yn cael ei wneud. Pennwch nodau a chanllawiau, yna rhowch wybod i'ch staff cyfryngau cymdeithasol weithredu'n rhydd o fewn y rhain.

Anwybyddu'r gyfraith

nid oes unrhyw faterion cyfreithiol o bwys sy'n benodol i'r cyfryngau cymdeithasol, ond cofiwch eu bod yn ffurf ar gyfryngau, felly mae cyfreithiau fel y rhai sy'n ymwneud â difenwi mewn grym. Mae rheolau'r Awdurdod Safonau Hysbysebu hefyd mewn grym.

Monitro'r Cyfryngau Cymdeithasol

Mae'n bwysig mesur llwyddiant eich prosiect cyfryngau cymdeithasol, gan gofio na fydd y manteision yn cael eu gweld ar unwaith.

Mae'r union bethau sydd angen ichi eu mesur yn dibynnu ar eich nodau. Ar y lefel symlaf, gallwch asesu'r effaith drwy olrhain nifer y dilynwyr sydd gennych ar Twitter, atebion ar Twitter, ffrindiau Facebook, y rhai sy'n eich hoffi ar Facebook, ac ati.

Ni fydd hyn yn dweud wrthych a yw eich nodau busnes yn cael eu cyflawni, ond o leiaf bydd yn dangos ichi a oes pobl yn sylwi arnoch ym myd y cyfryngau cymdeithasol.

Byddai'r dulliau mwy soffistigedig o bennu gwerth busnes yn cynnwys, er enghraifft, cadarnhau a yw nifer y galwadau ffôn am gymorth yn lleihau pan fydd ceisiadau am gymorth drwy'r cyfryngau cymdeithasol yn cynyddu; neu sawl ymweliad â'ch gwefan a ysgogwyd drwy gynnwys y cyfeiriad mewn neges drydar, ac yna arweiniodd at werthiant.

Yn ogystal â monitro eich gweithgarwch cyfryngau cymdeithasol eich hun, efallai y byddwch am wybod beth sy'n cael ei ddweud amdanoch mewn mannau eraill ym myd y cyfryngau cymdeithasol. Ceir systemau a fydd yn llunio adroddiadau ar hyn, ond mae'n debygol y byddan nhw'n ormodol i lawer o fusnesau bach.

Mae rhai enghreifftiau o raglenni sy'n monitro'r cyfryngau cymdeithasol cyn cynnwys:

Hootsuite™
sproutsocial
socialmention*

Sut y gallaf ddefnyddio Cyfryngau Cymdeithasol yn effeithiol?

Sefydlu diben a strategaeth

Bydd defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol dim ond 'am eu bod yno' yn golygu y gallech golli allan ar lawer o'u potensial. Penderfynwch ar nifer bach o ddibenion clir ar gyfer eich presenoldeb ar y cyfryngau cymdeithasol - gallai'r rhain gynnwys cwsmeriaid newydd, ailwerthiannau, boddhad cwsmeriaid, neu leihau'r galwadau i linellau cymorth, er enghraifft. Yna penderfynwch sut y byddwch yn eu cyflawni, a sut y byddwch yn mesur hynny.

Ymrwymo'r bobl

Un o'r ffyrdd mwyaf cyffredin y mae busnesau'n methu ym maes y cyfryngau cymdeithasol yw drwy beidio ag ymrwymo digon o amser staff i reoli eu presenoldeb ar gyfryngau cymdeithasol - nid dim ond wrth lansio ond am gyfnod amhenodol, ac nid dim ond postio deunydd newydd ond hefyd ymateb i gwestiynau a sylwadau gan ddefnyddwyr. Mae dewis yr unigolyn/unigolion cywir yr un mor bwysig. Nid tasg TG yw hon, ac efallai y bydd yn fwy addas i'r adran farchnata.

Dewiswch y sianelau

Pan fyddwch wedi pennu nodau gallwch benderfynu pa wasanaethau cyfryngau cymdeithasol sy'n addas. Nid yw'r cwestiynau yma'n dechnegol ond maen nhw'n ymwneud â'r math o gynulleidfa a ddenir gan bob un, a'u ffocws wrth eu defnyddio. Er enghraifft, byddai Facebook fel arfer yn fwy priodol i werthu nwyddau defnyddwyr, a LinkedIn ar gyfer gwasanaethau busnes.

Datblygu'r cynnwys

Bydd adnabod eich cynulleidfa, a'r hyn rydych yn ceisio ei gyflawni, yn galluogi'r unigolyn/unigolion sy'n gyfrifol i benderfynu pa ddeunydd yn union y dylid ei rannu â'r cyhoedd. Mae hon yn broses barhaus, a dylai gynnwys cyswllt rheolaidd â'r rheolwyr i sicrhau bod y strategaeth gymdeithasol yn dal i helpu nodau'r busnes.

Gosod canllawiau

Rhowch ganllawiau clir, ysgrifenedig i bawb yn eich busnes sy'n defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol. Dylai'r rhain gwmpasu materion fel pa fath o wybodaeth y gallan nhw ei datgelu ac na allan nhw ei datgelu, a sefyllfaoedd lle y dylen nhw gael arweiniad gan reolwr cyn ymateb i sylw ar y cyfryngau cymdeithasol.

Pa fanteision busnes y gallaf eu disgwyl?

DATBLYGU EICH BRAND A'CH DELWEDD

Mae'r cyfryngau cymdeithasol yn rhoi'r gallu ichi gyfathrebu negeseuon eich busnes â defnyddwyr mewn amgylchedd sy'n llawer mwy hyblyg a hamddenol na chyfryngau eraill - ac yna gwrando ar yr hyn sydd ganddyn nhw i'w ddweud. Y tu allan i gyd-destun artiffisial ymchwil i'r farchnad, nid yw hyn mewn gwirionedd wedi bod yn bosib ar raddfa mor fawr o'r blaen.

HYRWYDDO CYNNYRCH NEU GYNIGION PENODOL

Fel rydym wedi'i nodi, ar y cyfan mae diwylliant cyfryngau cymdeithasol yn feirniadol iawn o 'werthu taer'. Ond gallwch ddefnyddio'r cyfryngau cymdeithasol i ddechrau'r prosesau sy'n arwain at werthu, er enghraifft drwy annog defnyddwyr i roi cynnig ar sampl fach. Gallwch hefyd eu defnyddio yn gyffredinol i ddatblygu diddordeb mewn cynnyrch, efallai drwy ofyn am adborth ar nodweddion newydd arfaethedig. (Gallai hyn fod yn ddefnyddiol ar gyfer ymchwil a datblygu hefyd, wrth gwrs.) Yn y ddau achos, yr allwedd eto yw cynnwys eich cynulleidfa - peidiwch â dim ond dweud rhywbeth wrthynt yn unig, gadewch iddynt ddweud rhywbeth yn ôl.

DARPARU CYMORTH

Mae'r cyfryngau cymdeithasol yn ddelfrydol i ddarparu cymorth technegol syml a chyngor cyn gwerthu, ac - yn ogystal â gwasanaethu'r cwsmer unigol - bydd gwneud hynny mewn ffordd amserol, ddefnyddiol sy'n weladwy i filiynau o bobl hefyd yn gwneud cryn dipyn i'ch enw da.

RHEOLI ARGYFWNG

Mewn argyfwng fel galw cynnyrch yn ôl, neu si niweidiol, gall y cyfryngau cymdeithasol fod yn ffordd gyflym o ledaenu eich neges ac ymateb i ymholiadau neu feirniadaeth.

RECRIWTIO

Gall y cyfryngau cymdeithasol fod yn ddull recriwtio, yn syml fel lle i hysbysebu swyddi gwag. Yr un mor bwysig, efallai bydd eich gweithgarwch cymdeithasol yn un o'r ffyrdd y bydd darpar ymgeiswyr yn barnu eich busnes.

CYFATHREBU MEWNOL

Gydag ychydig bach o ofal i gadw gweithgarwch o'r golwg, gall gwasanaethau cyfryngau cymdeithasol fod yn addas ar gyfer cyfathrebu mewnol. Ond prin yw'r defnydd ohonyn nhw yn y modd hwn, a gall technoleg arall fel Mewnrwyd fod yn fwy priodol.

DILYNWCH YR AWGRYMIADAU ARDDERCHOG HYN

1 Dewiswch y gwasanaethau sydd fwyaf poblogaidd ymhlith y gynulleidfa rydych am ei chyrraedd

Cofiwch fod galluoedd technegol yn llai pwysig o lawer na dewis y ffyrdd mwyaf priodol o gyfathrebu â'ch cynulleidfa.

2 Mesurwch yr hyn sy'n bwysig, nid yr hyn sy'n hawdd ei fesur

Sicrhewch fod yr agweddau ar ddefnydd rydych yn eu mesur yn rhoi barn glir ichi ar a yw eich nodau busnes yn cael eu cyflawni mewn gwirionedd a'r hyn y gallech ei wneud yn well.

3 Penderfynwch a yw un ateb yn 'ateb i bopeth'

Ystyriwch a oes angen presenoldeb cyfryngau cymdeithasol gwahanol arnoch ar gyfer gwahanol gynnyrch/brandiau, neu a fydd un ar gyfer y busnes cyfan yn ddigon.

4 Cofrestrwch bob ffurf bosibl ar eich cwmni ac enwau brand ar y prif wasanaethau cyfryngau cymdeithasol

Cynlluniwch ar gyfer y dyfodol hyd yn oed os nad ydych yn bwriadu defnyddio rhai mathau o gyfryngau cymdeithasol ar unwaith.

5 Defnyddiwch ddulliau cyfathrebu traddodiadol i annog ymwelwyr

Defnyddiwch eich gwefan a negeseuon e-bost i gyfeirio pobl at eich tudalen Facebook, cyfrif Twitter ac ati.

6 Cadwch lygad ar newidiadau yn y maes cyfryngau cymdeithasol

Cofiwch na fydd gwasanaethau arweiniol heddiw o reidrwydd yn arwain am byth, felly byddwch yn ymwybodol o ddatblygiadau yn y maes cyfryngau cymdeithasol.

7 Derbyniwch feirniadaeth gan ymateb yn gadarnhaol

Peidiwch â chael eich digalonni gan sylwadau anghyfeillgar gan ddefnyddwyr (oni bai bod pob sylw yn anghyfeillgar, o bosibl) a pheidiwch â chael eich tynnu i ddadl ar lein.

8 Byddwch yn gyson, a pheidiwch â dweud celwydd

Sicrhewch eich bod yn rheoli eich presenoldeb cymdeithasol fel bod cysondeb yn y negeseuon rydych yn eu cyflwyno a rhowch wybodaeth onest, gywir bob tro – neu mae'n anochel y daw yn ôl i'ch brathu ar ryw bwynt!

Y CAMAU NESAF

1. Cofrestrwch i fod yn bresennol mewn Gweithdy Datblygu Busnes wedi'i ariannu'n llawn: **www.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: **www.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

Busnes Cymru Business Wales

Undeb Ewropeaidd European Union
Llywodraeth Cymru Welsh Government
Cronfa Datblygu Rhanbarthol Ewrop
European Regional Development Fund

Llywodraeth Cymru
Welsh Government