Datblygu Strategaeth Gyfathrebu a Brandio

Beth ydyn ni'n ei olygu?

Gall y cyfathrebu a'r brandio sy'n perthyn i lais y dysgwr gynnwys unrhyw beth o bosteri sy'n dangos manteision bod yn gynrychiolydd i gyhoeddi calendrau o ddigwyddiadau ar gyfer dysgwyr.

Gall fod yn effeithiol mewn hyrwyddo pob agwedd o lais y dysgwr - cynrychiolwyr cwrs, llywodraethwyr, swyddi gwag, digwyddiadau, dangos gwerth ac effaith, a manteision cyfranogi.

Dylai strategaeth gyfathrebu amlinellu sut rydych chi'n mynd i ymgysylltu ag aelodau - boed yn ddysgwyr neu'n staff - a dylai gynnwys amserlen realistig. Weithiau gall llunio calendr fod yn ddefnyddiol yn hyn o beth. Mae rhai manylion am sut gallwch chi ddechrau hyn i'w gweld isod.

Mae brandio'n ymwneud â rhoi hunaniaeth i lais y dysgwr (neu ran benodol ohono) a all glymu gwahanol agweddau o strategaeth gyfathrebu gyffredinol at ei gilydd. Er enghraifft, bod â thema lliw neu logo ar gyfer eich cynrychiolwyr cwrs, ac wedyn gall defnyddio hyn ar unrhyw ddeunydd hyrwyddo sy'n perthyn i gynrychiolwyr ei gwneud yn haws i fyfyrwyr adnabod ac ymgysylltu â nhw.

Mae strategaeth gyfathrebu gref yn hanfodol bwysig i gynyddu cyfranogiad.

Pam bod hyn yn beth dda?

Mae strategaeth gyfathrebu gref yn hanfodol bwysig i gynyddu cyfranogiad. Gall helpu i ennyn diddordeb myfyrwyr, staff a'r sefydliad yn llais y dysgwr. Mae manteision hyn yn effeithio are bob grŵp:

Myfyrwyr

- Gwell rhyngweithio â chynrychiolwyr cwrs, gan roi grym i ddysgwyr leisio eu barn a gwneud newidiadau sefydliadol
    - Gall cynrychiolwyr cwrs hefyd ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol eu hunain, gan ddarparu llwyfannau pellach ar gyfer ymgysylltiad effeithiol â dysgwyr
- Mae hyrwyddo llywodraethwyr yn golygu gwell cynrychiolaeth o fewn cynghorau llunio penderfyniadau.
- Mae cynyddu cyfranogiad mewn arolygon yn darparu canlyniadau mwy cynrychiadol

Staff

- Gallant ddeall yn well gwerth ac effaith llais y dysgwr o fewn y sefydliad
- Mae'n haws iddynt ddosbarthu negeseuon gan ddefnyddio llwybrau cyfathrebu sefydledig

Sefydliad

- Mae mwy o ddysgwyr ymgysylltiedig yn darparu adborth defnyddiol y gellir ei ddefnyddio i wneud gwelliannau ar draws y sefydliad
- Gall hyrwyddo a chyfranogi mewn cyfleoedd ar gyfer cyfoethogi profiadau gynyddu boddhad myfyrwyr

Heb strategaeth gyfathrebu eglur, mae'n bosib y cewch hi'n anodd ennyn diddordeb yn eich gweithgareddau llais y dysgwr.

Ble i ddechrau

Mae dwy brif gangen i'r adnodd hwn: strategaeth gyfathrebu a brandio. Er eu bod nhw wedi'u cysylltu'n glòs, byddwn yn ymdrin â nhw ar wahân.

Strategaeth Gyfathrebu

Penderfynwch beth yn union rydych chi am ei gyflawni o'ch cynllun cyfathrebu.

Y cam cyntaf yw penderfynu beth yn union rydych chi am ei gyflawni o'ch cynllun cyfathrebu. Gallwch naill ai anelu eich strategaeth at agwedd benodol o lais y dysgwr (e.e. cynrychiolwyr cwrs), neu gall ymdrin ag amrediad o wahanol themâu. Mae'n bwysig gosod amcan, neu mae peryg i'ch strategaeth golli ffocws a chyfeiriad.

Unwaith y bydd gennych chi eich amcan, gallwch sefydlu sut byddwch chi'n mynd ati i'w gweithredu. Mae sawl dull y gallwch chi eu defnyddio i hyrwyddo, rhannu a dangos yr hyn rydych chi am ei gyfathrebu.

Gall dulliau cyfathrebu traddodiadol, megis posteri neu daflenni, fod yn ddefnyddiol os oes gennych chi leoliad effeithiol ar eu cyfer. Er enghraifft, os oes gennych chi fynediad i ardaloedd prysur lle gellir codi posteri, a bod y neges rydych chi am ei mynegi'n gallu ymddangos yn eglur ar boster, yna byddai hyn yn gam cyntaf synhwyrol. Os oes gennych chi wirfoddolwyr brwdfrydig, gallech eu recriwtio nhw i ddosbarthu taflenni. (Nodwch, serch hynny, y gellir ystyried hyn i fod yn groes i egwyddorion amgylcheddol, felly os ydych am ddefnyddio'r dacteg hon, byddwch yn ystyrlon o faint o bapur rydych chi'n ei ddefnyddio). Mae cyfathrebu o'r math yma fel arfer yn fwyaf defnyddiol ar gyfer hyrwyddo digwyddiadau, swyddi gwag, ymgyrchoedd, a.y.b. yn hytrach nag ar gyfer rhannu newyddion neu ddiweddariadau. Gellir gwneud hyn yn haws drwy gyfryngau cymdeithasol.

Gall cyfryngau cymdeithasol, os cânt eu datblygu a'u defnyddio'n dda, fod yn ddull effeithiol o gyfathrebu'n gyflym a hawdd â'ch dysgwyr. Os ydych chi wedi creu cyfathrebiadau mewn print, gellir eu rhannu'n hawdd dros gyfryngau cymdeithasol yn ogystal, er mwyn gwneud y gorau ohonyn nhw. Gallwch hefyd greu digwyddiadau, fideos a bod yn fwy adweithiol a rhyngweithiol gyda diweddariadau newyddion dros gyfryngau cymdeithasol. Mae rhai hintiau handi a thechnegau defnyddiol i'w gweld yn atodlen 1, ynghyd â manteision ac anfanteision rhai llwyfannau cyfryngau cymdeithasol.

Gallai'r cynrychiolwyr eu hunain hefyd ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol, cyn belled â bod hyn yn cael ei fonitro'n gywir. Gellir eu defnyddio i gasglu gwybodaeth gan ddysgwyr a rhannu canlyniadau o adborth. Serch hynny, byddai angen hyfforddi'r cynrychiolwyr o ran sut i ymddwyn ar-lein yn broffesiynol, er mwyn cynnal hygrededd y system gynrychiolwyr.

Mae rhestrau gohebiaeth a chylchlythyron yn fwy effeithiol mewn ymgysylltu â staff yn hytrach na dysgwyr. Os ydych chi am ddangos yr effaith mae llais y dysgwyr yn ei gael ar y sefydliad, gall diweddariadau rheolaidd ar ffurf cylchlythyr fod o fudd. Dylech ddewis yn ofalus pa mor aml rydych yn cyhoeddi'r rhain - rhy aml a gallant fod yn brin o wybodaeth, ond yn rhy anaml gallant fod yn swmpus ac anystywallt. Mae'n bwysig cael y cydbwysedd yn iawn. Mae hefyd werth i chi feddwl ynglŷn â phwy fydd yn cyfrannu at y cylchlythyr - a gaiff ei ysgrifennu gan fyfyrwyr, staff neu'r naill a'r llall?

Os oes gennych chi ddysgwyr sy'n awyddus i rannu eu profiadau drwy gyfrwng blog (efallai Cynrychiolwyr neu Lywodraethwyr), gallai hyn helpu i annog eraill i ddilyn eu hesiampl. Byddai'n well recriwtio amryw o fyfyrwyr er mwyn sicrhau cysondeb - mae diweddariadau rheolaidd yn bwysig i gynllun cyfathrebu llwyddiannus, felly os oes gennych chi nifer o ddysgwyr ar y tîm, rydych chi'n fwy tebygol o fod â deunydd perthnasol i'w rannu ar unrhyw amser.

Dylech gynnwys dysgwyr yn eich cynllun pryd bynnag mae hynny'n bosib.

Ceisiwch gynnwys dysgwyr yn eich cynllun cyfathrebu pryd bynnag mae hynny'n bosib - nhw yw'r arbenigwyr o ran llais y dysgwr a'r hyn fydd o ddiddordeb i'w cyfoedion. Defnyddiwch yr wybodaeth hon fel sail i'ch strategaeth ar gyfer pa ddulliau fydd y mwyaf effeithiol a pha bryd.

Pan fydd gennych chi syniad ynglŷn â sut rydych chi am gyfathrebu â'ch aelodau, rhaid i chi osod amserlen a chadw ati. Gellir ychwanegu at yr amserlen, ei newid a'i datblygu dros amser unwaith y bydd gennych chi fwy o brofiad o ran gweithredu eich strategaeth, ond mae'n ddefnyddiol yn yr achos cyntaf o ran darparu strwythur. Does dim angen iddi fod yn benodol - mae datgan y byddwch yn cyhoeddi cylchlythyr unwaith y tymor neu boster bythefnos cyn digwyddiad yn ddechrau da. **Ceisiwch osod cynllun ar gyfer y tymor, yna datblygwch hwn dros y flwyddyn.** Edrychwch yn ôl dros y tymor a nodwch beth weithiodd a'r hyn oedd yn llai llwyddiannus, a cheisiwch benderfynu pam. Unwaith eto, mae'n bwysig dod â dysgwyr i mewn i'r sgwrs ar y pwynt hwn.

Lluniwch amserlen a chadwch ati.

Yn gyffredinol, mae'n eglur bod nifer o gyfleoedd ar gyfer ymgysylltu â'ch dysgwyr drwy wahanol fathau o gyfathrebu - defnyddiwch yr hyn sy'n mynd i weithio orau i chi, a **pheidiwch â bod ofn chwilio am ddulliau newydd a chyffrous o rannu eich syniadau.**

Brandio

Gall datblygu brand greu hunaniaeth sy'n darparu dilyniant ar draws eich holl lwybrau cyfathrebu. Gall eich brand naill ai adlewyrchu llais y dysgwr yn ei gyfanrwydd, neu gangen benodol ohono (e.e. cynrychiolwyr cwrs, cymdeithasau).

Os yw'n frand trosfwaol sydd â'r nod o gasglu ynghyd bob agwedd o lais y dysgwr, mae angen i chi feddwl am themâu cyffredinol. Lliwiau a ffontiau y gallwch eu defnyddio'n gyson drwy eich holl gyfathrebiadau, logo ac arddull (gan gynnwys delweddau ac arddull ysgrifennu). Rydyn ni yn Wise Cymru, er enghraifft, yn defnyddio dau arlliw o borffor yn ein holl gyfathrebiadau, gan gynnwys ein swigen siarad o'n logo i atgyfnerthu ein hunaniaeth.

Nid yw dewis brand mor hawdd â dethol lliw o siart baent Dulux.

Mae'r cysondeb hwn yn golygu os gwelwch chi'r lliwiau hynny neu'r logo hwnnw, bydd y darllenydd yn gallu gweld ar unwaith o ble y daeth ac o'r herwydd bydd yn gallu uniaethu ag e. Dyma'r hyn rydych chi'n ceisio ei gyflawni drwy greu brand. Cadwch hyn mewn cof pan fyddwch chi'n ei ddatblygu - beth ydych chi am i'ch aelodau ei feddwl pan fyddant yn gweld eich brand? Ydych chi am iddo fod yn broffesiynol, yn hwyl, yn daclus, yn fympwyol? Ceisiwch ei gadw'n syml a thrawiadol, ac yn hawdd ei adnabod.

Nid yw dewis brand mor hawdd â dethol lliw o siart baent Dulux, serch hynny – **mae angen i chi ystyried yr hyn rydych chi am ei gynrychioli**, a sut gellir portreadu hynny drwy eich brand. Edrychwch y tu hwnt i'r logo, a cheisiwch ddangos gwerthoedd eich llais dysgwyr. Nid yw hyn yn rhywbeth y dylech chi benderfynu arno mewn diwrnod. Bydd yn cymryd amser i gyflwyno syniadau, eu datblygu a'u rhoi nhw ar waith.

Dylech hefyd ystyried ei gynaladwyedd. Peidiwch â chysylltu eich brandio ag unrhyw ymgyrchoedd neu ddigwyddiadau byr-dymor. Yn hytrach, ceisiwch weld y darlun ehangach o ran yr hyn rydych chi am ei gasglu ynghyd fel rhan o lais y dysgwr, a chreu brand sy'n cynrychioli ei holl elfennau allweddol.

Os ydych chi'n datblygu brand ar gyfer agwedd fwy penodol o lais y dysgwr, megis y system gynrychiolaeth cwrs, yna mae angen i chi feddwl ynglŷn â sut mae'n gweddu i frand eich sefydliad, neu frand llais y dysgwr (os oes gennych chi un).

Unwaith eto, mae hwn yn gyfle perffaith i annog cyfranogiad dysgwyr. Gallech wneud rhywbeth mor syml â chynnal cystadleuaeth i ddylunio logo, neu gallech annog dysgwyr i gymryd rhan mewn grwpiau ffocws ar gyfer llunio brand, er mwyn canfod beth maen nhw'n feddwl yw ystyr llais y dysgwr, a'r hyn maen nhw'n ei feddwl am unrhyw syniadau brandio rydych chi wedi'u datblygu. **Mae sicrhau cyfranogiad dysgwyr yn eich strategaeth frandio o'r cychwyn cyntaf yn golygu y byddant yn fwy tebygol o fod wedi buddsoddi yn y dyfodol.**

Crynodeb

Gall cyfathrebu a brandio wneud gwahaniaeth mawr i lwyddiant eich prosiectau, eich mentrau a'ch digwyddiadau. Treuliwch amser yn cynllunio ar gyfer tymor neu flwyddyn, ac ewch ati i werthuso'r canlyniadau er mwyn helpu i ddatblygu strategaeth fwy hir-dymor. Mae dechrau ar raddfa fach a gweithio tuag at brosiect mwy'n dacteg dda.

Os ydych chi'n fodlon â'ch brand ar y cyfan, mae'n bwysig i chi ysgrifennu canllawiau fel bod unrhyw un yn y sefydliad sy'n debygol o ddefnyddio elfennau o'r brand yn deall yr hyn rydych chi wedi'u greu. Dylech gynnwys gwahanol ffurf o'r logo (e.e. du a gwyn), y ffont rydych chi wedi'i defnyddio, ynghyd ag amlinelliad byr o'r hyn mae eich brand yn ceisio ei gyflawni.

Os oes gennych chi unrhyw gwestiynau, mae croeso i chi gysylltu â Wise Cymru (manylion cysylltu isod).

Adnoddau

- Canllaw Dylunio Dwyieithog Comisiynydd y Gymraeg
- Writing a Communications Strategy, University of Oxford (Pearson and Culver, 2016)
- Further Lessons in College Branding (Harvey, 2016)
- Atodlenni (isod)

Jessica Rumble,
Ymgynghorydd Prif / Lead Consultant
jessica.rumble@nus-wales.org.uk

Charlotte West,
Ymgynghorydd / Consultant
charlotte.west@nus-wales.org.uk

Atodlenni

5 o hintiau handi ar gyfer defnyddio Cyfryngau Cymdeithasol

1. **Defnyddiwch nhw'n gyson** – mae presenoldeb llonydd ar gyfryngau cymdeithasol yn lleihau cyfranogiad gan fyfyrwyr yn ogystal â'r algorithmau sydd wedi'u hadeiladu i mewn i'r llwyfannau eu hunain. Serch hynny, byddwch yn ofalus nad ydych yn gorlwytho eich dysgwyr - mae cydbwysedd yn hanfodol bwysig.
2. **Defnyddiwch eich brand** – os oes gennych chi frandio sefydledig naill ai ar gyfer eich llais y dysgwr yn ei gyfanrwydd, neu ar gyfer mentrau penodol, defnyddiwch nhw!
3. **Byddwch yn ddwyieithog** – dylech sicrhau bod eich brand, eich tudalennau, eich pyst a'ch cyhoeddiadau yn Gymraeg ac yn Saesneg. Mae mwy o wybodaeth ynglŷn â beth yw'r ffordd orau o gyflawni hyn ar gael yng Nghanllaw Dylunio Dwyieithog Comisiynydd y Gymraeg yn yr adran Adnoddau.
4. **Ceisiwch ennyn diddordeb** – defnyddiwch iaith a chyfryngau fydd yn apelio at eich cynulleidfa. Mae hyn yn ymddangos yn amlwg, ond mae wastad yn ddefnyddiol ystyried hyn bob tro y byddwch chi'n ysgrifennu post, neges drydar neu gylchlythyr.
5. **Cyflwynwch wybodaeth** – trosglwyddwch eich neges yn eglur a chryno, heb orlwytho eich cynulleidfa. Mae'n bwysig mynnu diddordeb y rheiny sy'n darllen neu'n gwylio, er mwyn sicrhau eu bod yn ymgysylltu'n llawn â'ch neges.

Gwahanol lwyfannau ar gyfer gwahanol ddibenion

Mae amrediad eang o lwyfannau cyfryngau cymdeithasol ar gael, ac mae i bob un ei fanteision a'i anfanteision, a amlinellir isod. Dylai edrych ar hyn eich helpu i benderfynu pa lwyfannau fydd yn caniatáu i chi ymgysylltu'n fwy effeithiol â'ch dysgwyr, a pha rai fydd ddim yn ddefnyddiol, ac o'r herwydd ddim gwerth buddsoddi amser ynddyn nhw.

Llwyfan	Manteision	Anfanteision
Twitter	• Potensial i gyrraedd cynulleidfa eang • Gall ryngweithio'n hawdd â grwpiau eraill (ail-drydar) • Gall ryngweithio'n hawdd ag aelodau gan ddefnyddio hashnodau • Gall gyfathrebu'n uniongyrchol â dysgwyr drwy negeseuon • Gall greu polau i gasglu adborth yn gyflym	• Gall golli effaith oni chaiff ei ddiweddaru'n rheolaidd • Ni all greu 'digwyddiadau' • Gall pyst fynd ar goll ymysg eitemau newyddion
Facebook (tudalen)	• Potensial i gyrraedd cynulleidfa eang • Gall greu digwyddiadau a gwahodd aelodau • Gall gyfathrebu'n uniongyrchol â dysgwyr drwy negeseuon	• Gall golli effaith oni chaiff ei ddiweddaru'n rheolaidd • Gall pyst fynd ar goll ymysg eitemau newyddion (gall noddi wrthsefyll hyn, os oes gennych chi'r adnoddau i wneud hynny)
Facebook (grŵp)	• Gall anelu cyfathrebiadau at grwpiau penodol o ddysgwyr (e.e. cynrychiolwyr cwrs) • Gall greu digwyddiadau a gwahodd aelodau o'r grŵp • Gall greu polau i gasglu adborth yn gyflym	• Rhaid i unigolyn ei reoli, sy'n golygu rhannu proffiliau personol (oni chaiff un amgen ei greu)
Instagram	• Dull mwy gweladwy o gyfathrebu • Gall ryngweithio'n hawdd ag aelodau gan ddefnyddio hashnodau • Gall ddefnyddio'r nodwedd 'stori' ar gyfer diweddariadau adweithiol	• Gall golli effaith oni chaiff ei ddiweddaru'n rheolaidd • Mae'n gyfyngedig i gyfathrebu drwy luniau • Ni all greu 'digwyddiadau'
Snapchat	• Dull mwy gweladwy o gyfathrebu • Gall ddefnyddio'r nodwedd 'stori' ar gyfer diweddariadau adweithiol • Gall ddefnyddio'r nodwedd 'hidlen' i hyrwyddo digwyddiadau neu ymgyrchoedd	• Gall golli effaith oni chaiff ei ddiweddaru'n rheolaidd • Mae'n fwy un-ffordd na llwyfannau eraill • Ni all greu 'digwyddiadau'