

## Trosolwg

Mae'r safon hon yn ymwneud â hyrwyddo tystiolaeth o arferion effeithiol ym maes marchnata cymdeithasol ac annog y grwpiau targed i gymhwyso'r egwyddorion hyn yn eu cyd-destunau a'u materion eu hunain. Gall yr hyrwyddo ddigwydd mewn sawl ffordd, fel mewn cyhoeddiadau electronig neu bapur; digwyddiadau a chyflwyniadau wyneb yn wyneb neu drwy gyfryngau cymdeithasol; cynnwys y dystiolaeth mewn deunyddiau dysgu neu raglenni addysgol arall.

Mae'r safon hon ar gyfer gweithwyr proffesiynol mewn swyddi rheoli neu weithredu sy'n gyfrifol am hyrwyddo tystiolaeth o arferion effeithiol ym maes marchnata cymdeithasol ac annog iddi gael ei chymhwyso mewn cyd-destunau a materion amrywiol.

## Meini prawf perfformiad

### *Rhaid i chi allu:*

1. sefydlu tystiolaeth arferion marchnata cymdeithasol ac asesu ei heffeithiolrwydd, ei dilysrwydd a'i dibynadwyedd
2. ymgynghori â rhanddeiliaid allweddol er mwyn nodi'r grwpiau targed y gallai'r dystiolaeth fod yn berthnasol iddynt
3. ymgysylltu â grwpiau targed a rhanddeiliaid allweddol er mwyn nodi eu nodweddion, diddordebau, anghenion, galluoedd a dewisiadau
4. sefydlu sut gallai'r grwpiau targed elwa o ddeall tystiolaeth am farchnata cymdeithasol
5. cyfodod enghreifftiau o arferion sy'n seiliedig ar dystiolaeth a'u cyflwyno yn y fformat perthnasol ac iaith briodol ar gyfer y grŵp targed
6. sefydlu'r sianelau cyfathrebu gyda'r grwpiau targed
7. annog a chefnogi'r grwpiau targed er mwyn profi a chymhwyso'r arferion sy'n seiliedig ar dystiolaeth mewn marchnata cymdeithasol
8. addasu eich ymagwedd at ddyrannu a hyrwyddo'r arferion sy'n seiliedig ar dystiolaeth mewn marchnata cymdeithasol mewn ymateb i adborth neu broblemau neu gyfleoedd sy'n dod i'r amlwg
9. dyrannu'r wybodaeth a thystiolaeth o arferion effeithiol ym maes marchnata cymdeithasol
10. gwerthuso sut ydych yn rhannu tystiolaeth a'i harwyddocâd
11. adolygu sut y defnyddir ymarfer sy'n seiliedig ar dystiolaeth mewn marchnata cymdeithasol
12. sicrhau cydymffurfiaid â'r gofynion cyfreithiol, trefniadol, y côd ymarfer a'r polisïau sy'n berthnasol i'ch rôl, eich sefydliad a'r gweithgareddau sy'n cael eu cynnal

Hyrwyddo arferion effeithiol ym maes marchnata cymdeithasol

---

## Gwybodaeth a

### dealltwriaeth

*Mae angen i chi wybod a deall:*

1. dystiolaeth o arferion effeithiol ym maes marchnata cymdeithasol
2. dulliau asesu dilysrwydd a dibynadwyedd y dystiolaeth
3. dulliau nodi'r grwpiau targed a'r rhanddeiliaid allweddol y gallai'r dystiolaeth fod yn berthnasol iddynt
4. y rhanddeiliaid perthnasol, y grwpiau a dargedir, eu diddordebau, anghenion, galluedd a'r hyn sydd orau ganddynt
5. egwyddorion, dulliau, cyfarpar a thechnegau perthnasol ar gyfer ymgysylltu â rhanddeiliaid allweddol a grwpiau targed, gan gynnwys grwpiau agored i niwed ac anodd eu cyrraedd
6. dulliau rhannu'r dystiolaeth â'r grwpiau targed a'r rhanddeiliaid allweddol
7. ystod y sianelau cyfathrebu a phlatfformau cyfryngau cymdeithasol y gellir eu defnyddio i rannu gwybodaeth
8. enghreifftiau perthnasol a gweithgareddau ymarferol ar gyfer grwpiau targed
9. sut i rannu a hyrwyddo'r arferion effeithiol ym maes marchnata cymdeithasol
10. dulliau cyfosod yr adborth o weithgareddau rhannu
11. camau penodol mewn ymateb i broblemau neu gyfleoedd sy'n dod i'r amlwg
12. eich dulliau gwerthuso er mwyn gwneud i'r grwpiau targed ddeall y dystiolaeth a'i harwyddocâd
13. pam mae'n bwysig adolygu sut y defnyddir arferion sy'n seiliedig ar dystiolaeth
14. y gofynion cyfreithiol, trefniadol, y côd ymarfer a'r polisïau sy'n berthnasol i'ch rôl, eich sefydliad a'r gweithgareddau sy'n cael eu cynnal

## Geirfa

### Tystiolaeth

Gall y dystiolaeth fod yn ansoddol a/neu feintiol a gall ddeillio o'r gwerthusiad ffurfiol o effaith (mantais tymor byr) a deilliant (budd yn y pen draw) rhaglenni masnach cymdeithasol.

### Rhanddeiliaid

Mae'r rhain yn cynnwys pawb sydd â diddordeb a chysylltiad â'r dystiolaeth o arferion effeithiol ac aneffeithiol ym maes marchnata cymdeithasol neu sydd wedi'i heffeithio ganddi.

### Arwyddocaol

Mae hyn yn golygu perthnasol a phwysig i fuddiannau'r grwpiau targed.

### Modd

Gall hyn gynnwys: cyhoeddiadau electronig neu bapur; digwyddiadau a chyflwyniadau wyneb yn wyneb neu drwy gyfryngau cymdeithasol; cynnwys y dystiolaeth mewn deunyddiau dysgu neu raglenni addysgol arall.

### Dulliau cyfathrebu

Mae'r rhain yn cynnwys: geiriau llafar, geiriau printiedig, cyfathrebu electronig, negeseuon ar y cyfryngau cymdeithasol, delweddau gweledol, iaith arwyddion, Braille, ac ati.

## Cysylltiadau Allanol

Cymwyseddau Academaidd mewn Marchnata Cymdeithasol a ddatblygwyd a'i gymeradwyo gan y Gymdeithas Marchnata Cymdeithasol Ryngwladol (iSMA), Cymdeithas Marchnata Cymdeithasol Ewrop (ESMA), Cymdeithas Marchnata Cymdeithasol Awstralia (AASM).

[https://socialmarketing.blogs.com/rcraiglefebvres\\_social/2014/09/academic-competencies-for-social-marketing.html](https://socialmarketing.blogs.com/rcraiglefebvres_social/2014/09/academic-competencies-for-social-marketing.html)

Datganiad Moeseg Marchnata Cymdeithasol: <https://www.instructus-skills.org/documents/SM%20statement%20of%20ethics%20FINAL%2006032020.pdf>

Consensws Byd-eang o Egwyddorion, Cysyniadau a Thechnegau Marchnata Cymdeithasol gan ESMA, AAS, SMANA,

iSMA: <https://europeansocialmarketing.org/wp-content/uploads/2017/08/ESMA-endorsed-Consensus-Principles-and-concepts-paper.pdf>

Hyrwyddo arferion effeithiol ym maes marchnata cymdeithasol

<b>Datblygwyd gan</b>	Skills CFA
<b>Dyddiad cymeradwyo</b>	23 Maw 2020
<b>Dyddiad Adolygu Dangosol</b>	24 Maw 2025
<b>Dilysrwydd</b>	Ar hyn o bryd
<b>Statws</b>	Gwreiddiol
<b>Sefydliad cychwynnol</b>	Instructus
<b>RCU gwreiddiol</b>	CFASME1.2V3.0
<b>Galwedigaethau perthnasol</b>	Addysg a hyfforddiant, Gwasanaeth Cyhoeddus a Gweithwyr Proffesiynol Cysylltiedig eraill, Iechyd a Gofal Cymdeithasol, Cymdeithaseg a pholisi cymdeithasol, Llywodraeth a Sefydliadau Cysylltiedig, Sefydliadau polisi cymdeithasol, Gweithwyr Addysgu Proffesiynol
<b>Cyfres/Set</b>	Marchnata Cymdeithasol
<b>Geiriau Allweddol</b>	gweithgareddau marchnata cymdeithasol; arferion; hyrwyddo marchnata cymdeithasol; pwysigrwydd marchnata cymdeithasol cyfrifoldeb cymdeithasol corfforaethol (CSR)