Darparu cynhyrchion, gwasanaethau a systemau i gefnogi rhaglenni marchnata cymdeithasol

Trosolwg

Mae'r safon hon yn ymwneud â darparu cynhyrchion, gwasanaethau a systemau i gefnogi rhaglenni marchnata cymdeithasol. Dim ond rhan o'r marchnata cymdeithasol cymysg sy'n ofynnol i elwa'n llawn ar newid ymddygiad yw'r cynhyrchion a'r gwasanaethau.

Mae'r safon hon ar gyfer gweithwyr proffesiynol mewn swyddi rheoli sy'n gyfrifol am gyflwyno cynhyrchion, gwasanaethau a systemau er mwyn cefnogi grwpiau targed a sefydliadau i fabwysiadu a chynnal ymddygiad buddiol yn rhan o raglen marchnata cymdeithasol.

Meini prawf perfformiad

Rhaid i chi allu:

1. nodi cynhyrchion, gwasanaethau a systemau sy'n gallu cefnogi'r rhaglenni marchnata cymdeithasol
2. nodi nodweddion y cynhyrchion, y gwasanaethau a'r systemau gofynnol
3. nodi cynhyrchion, gwasanaethau a systemau fydd yn diwallu anghenion y grwpiau targed
4. adolygu cynhyrchion, gwasanaethau a systemau yn unol â pholisïau a gweithdrefnau sefydliadol
5. pennu'r targedau a dangosyddion perfformiad allweddol y cynhyrchion, gwasanaethau a systemau a chytuno arnynt gyda rhanddeiliaid allweddol
6. nodi'r angen i ddarparu cynhyrchion, gwasanaethau a systemau
7. sicrhau bod y cynhyrchion a'r gwasanaethau yn cydymffurfio â gofynion deddfwriaethol a sefydliadol
8. monitro a gwerthuso cynhyrchion, gwasanaethau a systemau er mwyn sicrhau eu bod yn bodloni gofynion ac amcanion y rhaglen marchnata cymdeithasol.
9. ceisio cyngor gan randdeiliaid allweddol mewn ymateb i adborth gan grwpiau targed
10. cymryd camau mewn ymateb i unrhyw gyfleoedd, bygythiadau neu gwynion sy'n dod i'r amlwg gyda'r cynhyrchion, gwasanaethau a systemau
11. disgrifio marchnata cymdeithasol i gydweithwyr a gweithwyr proffesiynol eraill a nodi sut mae'n wahanol i ddulliau eraill sy'n dylanwadu ar ymddygiadau a newid cymdeithasol
12. dogfennu canlyniadau cynlluniau marchnata cymdeithasol a'u cyflwyno i gydweithwyr, rhanddeiliaid, cymunedau a sefydliadau a grwpiau perthnasol eraill
13. hysbysu'r rhanddeiliaid allweddol am ddeilliannau perfformiad y cynhyrchion, gwasanaethau a systemau yn rhan o'r rhaglen marchnata cymdeithasol
14. sicrhau cydymffurfiad 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

Gwybodaeth a dealltwriaeth

Mae angen i chi wybod a deall:

1. ystod y cynhyrchion a'r gwasanaethau sy'n cefnogi rhaglenni marchnata cymdeithasol
2. y rhanddeiliaid perthnasol, y grwpiau a dargedir, eu diddordebau, anghenion, galluoedd a'r hyn sydd orau ganddynt
3. nodweddion sylfaenol y cynhyrchion a'r gwasanaethau
4. yr anghenion a nodwyd ar gyfer grwpiau targed mewn cysylltiad â darparu cynhyrchion, gwasanaethau a systemau
5. yr egwyddorion, y dulliau, y cyfarpar a'r technegau perthnasol ar gyfer ymgysylltu â rhanddeiliaid allweddol a grwpiau targed, gan gynnwys grwpiau agored i niwed ac anodd eu cyrraedd
6. cydymffurfiad y cynhyrchion a'r gwasanaethau â gofynion deddfwriaethol a sefydliadol
7. sut i gyfosod adborth gan ddefnyddwyr cynhyrchion, gwasanaethau a systemau
8. egwyddorion a thechnegau perthnasol monitro a gwerthuso cynhyrchion, gwasanaethau a systemau
9. y targedau disgwyliedig a'r dangosyddion perfformiad allweddol ar gyfer darparu cynhyrchion, gwasanaethau a systemau
10. y manylebau gofynnol, disgwyliadau'r defnyddwyr a lefelau bodlonrwydd a dargedir mewn cysylltiad â chynhyrchion, gwasanaethau a systemau
11. y camau perthnasol i'w cymryd mewn ymateb i gyfleoedd, bygythiadau neu broblemau sy'n dod i'r amlwg gyda'r cynhyrchion gwasanaethau a systemau
12. sut i ddogfennu canlyniadau cynlluniau marchnata cymdeithasol a'u cyflwyno i gydweithwyr, rhanddeiliaid, cymunedau ac unrhyw sefydliadau neu grwpiau perthnasol eraill
13. manteision marchnata cymdeithasol mewn cysylltiad â dylanwadu ar ymddygiadau a newid cymdeithasol
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

Ymddygiad buddiol

Mae hyn yn golygu ymddygiad lle mae cydbwysedd y dystiolaeth yn dangos y gallai wella bywydau pobl.

Rhaglen marchnata cymdeithasol

Fel y defnyddir yn y safonau, mae'r "rhaglen marchnata cymdeithasol" yn cwmpasu rhaglenni tymor hwy (3 blynedd), ymgyrchoedd tymor canolig (1-3 blynedd) a chynlluniau tymor byr (<1 flwyddyn) wedi'u targedu.

Rhanddeiliaid

Mae'r rhain yn cynnwys pawb sy'n gysylltiedig â'r strategaeth marchnata cymdeithasol, neu wedi'i heffeithio ganddi, a'r problemau mae'n ceisio'u datrys.

Partneriaid

Cydnabyddir bod rhaglenni marchnata cymdeithasol fel arfer yn cynnwys nifer o sefydliadau “partner” yn cydweithio’n agos.

Cysylltiadau Allanol