

# Pecyn Cymorth Ymarfer Da Twristiaeth Bwyd

Croeso Cymru  
[www.croeso.cymru](http://www.croeso.cymru)

Bwyd a Diod Cymru  
[www.llyw.cymru/bwydadiodcymru](http://www.llyw.cymru/bwydadiodcymru)





Os ydych chi'n rhan o rwydwaith bwyd a diod, yn glwstwr rhanbarthol neu'n grŵp cymunedol sy'n dymuno hyrwyddo eich arlwy twristiaeth bwyd, mae'r pecyn cymorth hwn i chi.

I'ch helpu chi i gynllunio, datblygu a gwella twristiaeth bwyd yn eich ardal neu rwydwaith, mae'r pecyn hwn yn cynnig awgrymiadau, argymhellion a syniadau am ymarfer gorau i'ch annog chi i feddwl a'ch helpu chi gyda'r gwaith ymarferol ar hyd y daith.

Mae'n bwysig cofio nad yw hon yn ddogfen hollgynhwysfawr ond yn hytrach yn becyn cymorth hawdd ei ddefnyddio gyda chrynodeb o ddeunydd darllen ychwanegol ar y diwedd. Efallai eich bod yn mynd ati am y tro cyntaf i farchnata eich busnes bwyd eich hun neu fusnes rhywun arall, neu efallai fod gennych flynyddoedd o brofiad, ond ein gobaith yw y bydd pob adran yn cynnwys rhestr ddefnyddiol o syniadau i chi adeiladu arnyn nhw.

# Cynnwys

|     |                                      |    |
|-----|--------------------------------------|----|
|     | Trosolwg                             | 4  |
| 01_ | Cyfryngau cymdeithasol               | 6  |
| 02_ | Dylunio graffig ac argraffu          | 9  |
| 03_ | Ffotograffiaeth                      | 12 |
| 04_ | Gwefan                               | 15 |
| 05_ | Cysylltiadau cyhoeddus a'r cyfryngau | 18 |
| 06_ | Ysgrifennu copi                      | 21 |
| 07_ | Marchnata ar-lein                    | 24 |
| 08_ | Y Gymraeg                            | 27 |
| 09_ | Gwerthuso                            | 30 |
| 10_ | Dolenni defnyddiol                   | 33 |





# Trosolwg.

---

Amcan y pecyn cymorth hwn yw cynnig awgrymiadau ymarferol ac argymhellion marchnata, o'r cyfryngau cymdeithasol a digidol i gysylltiadau cyhoeddus, a gobeithio y byddwn yn cyflwyno rhywbeth newydd i bawb sy'n ei ddarllen – pa un a ydych chi'n rhan o grŵp cymunedol neu rwydwaith neu fenter fwyd ehangach, yn rheolwr clwstwr neu hyd yn oed yn brosiect wedi'i ariannu gan Lywodraeth Cymru.

Ond pan fyddwch chi'n rhan o rwydwaith ehangach o fewn y sector bwyd, ambell waith mae'n anodd gwybod ble i ddechrau – mae cymaint o wybodaeth ar gael yn barod!

Dros y blynyddoedd mae amrywiaeth eang o ddeunydd wedi'i greu ar gyfer y diwydiant twristiaeth bwyd, o ganllawiau a deunydd clyweled defnyddiol i lyfrgelloedd o ffotograffau. Ond oherwydd natur amrywiol y gymuned fwyd yng Nghymru, anaml y caiff yr holl ddeunyddiau hyn eu tynnu at ei gilydd mewn un llyfrgell hawdd ei defnyddio.

Er mwyn sicrhau nad ydych chi'n colli rhywfaint o'r deunydd ardderchog sydd ar gael eisoes ac a allai eich helpu i hyrwyddo eich arlwy twristiaeth bwyd, mae'n bwysig cofio ambell gam allweddol cyn mynd ati i gomisiynu cynnwys newydd:

- Gwnewch arolwg o randdeiliaid a rhwydweithiau ehangach eich prosiect i weld pa ddeunydd marchnata sydd ar gael eisoes – efallai y byddan nhw'n gwybod am rywbeth nad ydych chi ddim wedi clywed amdano, a dydych chi ddim am wastraffu arian yn dyblygu ymdrechion pan fydd rhywbeth efallai wedi'i wneud eisoes.
- Gwnewch ymchwil desg ynglŷn â beth all fod ar gael ar-lein, neu ddeunydd marchnata sydd wedi'i argraffu eisoes.
- Edrychwch ar astudiaethau achos ar draws y DU ac yn rhyngwladol fel catalydd ar gyfer syniadau newydd i'ch prosiect neu i'ch rhwydwaith clwstwr. Mae'n bosib fod rhywun yn rhywle eisoes wedi cynhyrchu cynnwys a fydd yn ddelfrydol i chi, a chofiwch y gallwch deilwra unrhyw gynnwys i'w wneud yn fwy addas i'ch rhwydwaith leol chi.
- Cofiwch, does dim rhaid i dwristiaeth bwyd ddefnyddio syniadau a deunydd hyrwyddo sydd ar gael o fewn y sector bwyd yn unig. Ambell waith daw'r syniadau gorau ar gyfer eich prosiect neu rwydwaith clwstwr o ddiwydiannau eraill, hyd yn oed rhai sydd heb unrhyw gysylltiad â bwyd. Beth fedrwch chi ei ddysgu o ddeunydd hyrwyddo mewn diwydiannau ar wahân i'r diwydiant bwyd? Sut gallech chi ei ddefnyddio ar gyfer eich rhwydwaith bwyd?

Unwaith i chi ystyried yr opsiynau hyn i gyd, cymerwch amser i feddwl am yr hyn rydych chi wedi'i ddysgu. Lle bo'n bosib, aildefnyddiwch neu ailgyfeiriwch amrywiaeth o ddeunydd. Yna, lle gallai fod yn ddefnyddiol, ewch ati i adeiladu ar y seiliau hynny gyda'ch syniadau newydd eich hun.

## Dyna lle bydd y pecyn cymorth hwn yn ddefnyddiol...

I rai ohonoch chi, bydd y pecyn cymorth hwn yn fodd i adnewyddu eich syniadau, ond bydd yn cynnwys digonedd o syniadau newydd sbon i eraill yn eich plith – o ddefnydd effeithiol o'r cyfryngau cymdeithasol, dylunio graffig, ffotograffiaeth a gwefannau i gysylltiadau cyhoeddus traddodiadol, defnydd o'r Gymraeg a gwerthuso.

Dim ots beth rydych chi'n chwilio amdano na pha fath o dwristiaeth rydych chi'n awyddus i'w hyrwyddo, rydyn ni wedi llunio'r canllaw syml hwn ar rai elfennau sylfaenol fydd yn sicrhau y bydd pobl yn siarad am eich prosiect ac yn cofio amdano.



# 01\_ Cyfryngau cymdeithasol.



Mae bwyd a theithio'n gyfran sylweddol o'r cynnwys mae pobl yn ei rannu ac yn dangos diddordeb ynddo ar y cyfryngau cymdeithasol y dyddiau hyn, sy'n newyddion ardderchog i'r sector twristiaeth bwyd!

Gyda chyfrifon cyfryngau cymdeithasol, blogiau a phostiadau sy'n ymwneud yn llwyr â brolio bwyd wrth deithio, y cyfryngau cymdeithasol yw'r llwyfan perffaith i sefydlu a datblygu eich hunaniaeth eich hun o ran twristiaeth bwyd a sicrhau cyhoeddusrwydd am ddim.

Mae cynnwys da'n gallu denu ymwelwyr newydd (ar-lein ac oddi ar lein); cyflwyno eich newyddion, eich digwyddiadau a'ch cynigion; cysylltu â rhanddeiliaid cyfredol a rhai newydd posib ynglŷn â'r hyn sy'n gwneud eich prosiect chi'n arbennig ac yn unigryw.

## Sianeli allweddol i'w hystyried

1

### Facebook

Facebook yw'r rhwydwaith cymdeithasol mwyaf yn y byd, a gyda thros 30m o ddefnyddwyr yn y DU, mae'n elfen ganolog o bresenoldeb ar-lein llawer o fusnesau. Y brif egwyddor tu ôl i Dudalen Fusnes Facebook yw annog cwsmeriaid hen a newydd i 'hoffi' eich tudalen er mwyn iddyn nhw weld popeth rydych chi'n ei bostio.

2

### Twitter

Twitter yw'r ail safle rhwydweithio cymdeithasol mwyaf poblogaidd yn y DU ac mae'n unigryw gan fod pob 'trydariat' yn 140 o nodau yn unig. Gall trydariadau diddorol a pherthnasol gyda chynnwys difyr eich helpu i dyfu eich cynulleidfa a chynyddu traffig digidol.

3

### Instagram

Mae Instagram yn gadael i ddefnyddwyr dynnu lluniau a fideos a'u rhannu'n gyhoeddus neu'n breifat. Gan fod y cynnwys i gyd yn weladwy, gallai fod yn ddefnyddiol iawn yn y sector twristiaeth bwyd gan fod bwyd yn gyffredinol yn ddeniadol mewn ffotograffau.

4

### YouTube

Gyda biliynau o ddefnyddwyr, mae YouTube yn gadael i bobl ddarganfod, gwyllo a rhannu fideos gwreiddiol. Mae cyfradd glicio ac ymweld â gwefannau lawer yn uwch o fideos nag o gynnwys testun, sy'n dangos os caiff ei wneud yn iawn, ei fod yn declyn brandio a hyrwyddo pwerus dros ben.



## Ambell awgrym ar gyfer marchnata eich prosiect drwy'r cyfryngau cymdeithasol

### ■ Gwnewch eich ymchwil, gan adnabod eich cynulleidfa

Meddyliwch am y ddemograffeg rydych chi'n ei thargedu (e.e. ystod oedran, lleoliad daearyddol, rhyw), pa sianeli cyfryngau cymdeithasol fyddai'n gweddu orau iddyn nhw a faint o amser fyddwch chi'n gallu ei roi i reoli'r cynnwys.

### ■ Byddwch yn bersonol

Gwnewch eich tudalen/proffil yn bersonol gan gynnwys eicon bach (sy'n ddelfrydol ar gyfer logos) a delweddau cefndir mwy o faint. Ystyriwch newid y delweddau cefndir ar adegau allweddol yn ystod y flwyddyn neu ar gyfer digwyddiadau/achlysuron arbennig.

### ■ Crëwch gynnwys diddorol a difyr

Ychwanegwch ffotograff neu fideo i'ch postiadau er mwyn iddyn nhw fod yn ddeniadol a thynnu sylw. Rhannwch erthyglau neu flogiadau perthnasol a chadwch y testun yn fyr ar gyfer Twitter a Facebook ond defnyddiwch ddisgrifiadau hirach ar eich postiadau Instagram.

### ■ Defnyddiwch hashnodau

Defnyddiwch hashnodau perthnasol fel bod mwy o bobl yn gweld eich postiadau ac er mwyn ymuno â sgysiau a chymunedau mwy o faint. Er enghraifft #food a #travel yw dau o'r hashnodau mwyaf ar Instagram. Ystyriwch greu a hyrwyddo eich hashnod eich hun ar gyfer creu cysylltiadau mwy personol.

### ■ Meddyliwch am oslef eich llais

Peidiwch ag ofni bod yn gyfeillgar ac yn bersonol, a defnyddiwch hiwmor.

### ■ Cysylltwch â'ch dilynwyr

Ewch ati i adeiladu perthynas gyda dilynwyr gan eu helpu cymaint ag y gallwch. Atebwch sylwadau negyddol mewn modd cyfeillgar a phroffesiynol yn hytrach na gadael y sefyllfa heb ei datrys. Yn yr un modd, ymatebwch i sylwadau cadarnhaol a chysylltiadau ac ymholiadau – bydd hyn yn gwneud i bobl eich hoffi ac yn cynyddu teyrngarwch eich cwsmeriaid/dilynwyr.

### ■ Defnyddiwch offerynau trydydd parti

Defnyddiwch gymwysyadau fel Hootsuite, Buffer neu SocialOomph (a llawer o rai eraill) i'ch helpu i wneud y defnydd gorau o'r cyfryngau cymdeithasol gan amseru postiadau a chynllunio eich gweithgaredd ar y cyfryngau cymdeithasol ymhell o flaen llaw.

### ■ Arbrofwch gyda hysbysebu ar y cyfryngau cymdeithasol

Dechreuwch gyda chyllideb sydd mor fach ag y dymunwch chi – boed £20 neu £200 – a thargedwch eich darpar gynulleidfa drwy ddemograffeg neu leoliad daearyddol.

### ■ Dilynwch bobl eraill yn y diwydiant

Cofiwch ddilyn cyfrifon fel Croeso Cymru ac eraill yn y diwydiant ar Twitter a Facebook er mwyn i chi allu ail-drydar a rhannu postiadau. Gallwch 'dagio' tudalennau eraill mewn ffotograffau a phostiadau er mwyn iddyn nhw allu gweld (ac efallai rannu) eich postiadau chi hefyd.

### ■ Hyrwyddwch eich sianeli

Yn ogystal â chreu cynnwys cryf a defnyddio hashnodau, gallwch hyrwyddo eich sianeli cyfryngau cymdeithasol a gyrru traffig yno drwy ychwanegu dolenni atyn nhw ar eich gwefan ac yn eich deunyddiau hyrwyddo.





02\_

# Dylunio graffig ac argraffu.

Mae dylunio graffeg da yn fwy na'r gwahaniaeth rhwng llachar a lliwgar a difflach a diflas. Gall olygu'r gwahaniaeth rhwng llwyddo a methu â denu sylw eich rhanddeiliaid. Nid yr hyn rydych chi'n ei ddweud wrth farchnata yw'r unig beth pwysig, ond y ffordd rydych chi'n ei ddweud - mae angen i'ch dyluniad gyfleu'r negeseuon cywir am eich busnes a chydio yn eich cynulleidfa darged yn weledol.

## Pwyntiau allweddol i'w hystyried wrth dylunio

1

### Hunaniaeth brand

Mae modd ddiffinio eich delwedd gyhoeddus gyfan gyda logo a dyluniad sylfaenol. Mae angen logo ymarferol, deniadol a phroffesiynol, sy'n cysylltu â'ch cynhyrchion a'ch gwasanaethau. Eich logo fydd eich nod ansawdd. Mae eich brand yn eich cynrychioli chi fel busnes felly mae'n bwysig cyfleu hyn wrth ystyried opsiynau ar gyfer logo a dylunio graffig.

2

### Pwerau perswadio

Dylunio yw perswadio ar ei buraf. Gall dylunio da ffurfio barn am eich brand ym meddwl y cwsmer mewn eiliad; gall ychwanegu gwerth a chreu ymdeimlad o ansawdd. Felly mae'n bwysig meddwl yn ofalus sut i greu cyswllt rhwng eich brand a'ch cwsmer.

3

### Deddfau Denu

Meddyliwch am eich marchnad darged ac at bwy rydych chi am apelio gyda'ch brand. Ydych chi am ddenu teuluoedd, cyplau neu bobl ifanc? Ydy eich menter yn draddodiadol neu'n gyfoes? Ydych chi am fod yn ddifrifol neu'n chwareus? Meddyliwch am eich gwerthoedd craidd a phwy gaiff eu denu gan y gwerthoedd hynny o'u cynnwys mewn dylunio graffig.

4

### Cyfathrebu

Un o'r pethau anoddaf am farchnata o unrhyw fath yw cyfathrebu'n iawn – o ran arddull, goslef a chynnwys. Mae angen bod yn glir, yn gryno, yn syml ac yn broffesiynol, gan adlewyrchu eich brand bob amser. Gall graffeg sydd wedi'i ddylunio'n broffesiynol eich helpu i ddweud pethau na all geiriau eu cyfleu, er enghraifft dylai cwsmeriaid allu dweud a ydych chi'n arbenigo mewn bwyd Americanaidd neu fwyd môr o Gymru drwy edrych ar eich dyluniadau.

5

### Cymorth proffesiynol

Mae'n bosib y cewch eich temtio i geisio dylunio eich logo, pecynnau a deunydd hyrwyddo eich hun, ond bydd y gwerth ychwanegol a'r buddiannau tymor hir a gewch o gyflogi dylunydd graffig proffesiynol yn eich helpu i sefydlu'r math o frand rydych chi am fod, gan osgoi camgymeriadau costus a allai niweidio eich enw da.



## O ddylunio i argraffu

- Meddyliwch am y ddemograffeg rydych chi'n ei thargedu (e.e. ystod oedran, lleoliad daearyddol, rhyw), pa sianeli cyfryngau cymdeithasol fyddai'n gweddu orau iddyn nhw a faint o amser fyddwch chi'n gallu ei roi i reoli'r cynnwys.
- Ystyriwch faint o bobl rydych chi'n eu targedu a sawl copi fydd angen i chi eu hargraffu. Unwaith i chi benderfynu ar nifer gallwch siarad ag argraffwyr a chasglu prisiau. Gwnewch yn siŵr eich bod yn trafod y diwyg gorffenedig, ac a fydd eich deunydd yn cael ei blygu, ei goladu, ei stwfflo neu ei rwympo.
- Ar ôl dewis eich dull o argraffu a'ch argraffwr, bydd angen trafod fformat y gwaith celf ac amserlen cwblhau'r gwaith.
- Crëwch eich dyluniad yn y fformat cywir a gwnewch yn siŵr eich bod yn gwirio, ail wirio a thrydydd gwirio'r cynnwys - unwaith y bydd gwall wedi'i argraffu, does dim troi'n ôl.

## Argraffu

Mae pob math o wahanol ddeunyddiau y gallwch chi eu hargraffu, o daflenni a phosteri i grysau-t a beiros, a chofiwch fod amrywiaeth o ddulliau argraffu i ddewis o'u plith.

## Pwyntiau allweddol i'w hystyried

- **Diwyg a theimlad**  
Ystyriwch sut rydych chi am i'ch deunydd edrych a theimlo – pa mor bwysig yw hynny i'ch brand? A yw'n adlewyrchu eich prosiect yn dda? Sut fydd eich cynhyrchion yn edrych? Pa mor wydn sydd angen iddo fod? Bydd gwahanol fathau o bapur – sgleiniog, di-sglein – a gwahanol drwch papur yn rhoi golwg a theimlad gwahanol yn ogystal â nodweddion gwahanol i'ch deunyddiau.
- **Cyllideb**  
Unwaith y byddwch chi wedi gosod cyllideb a phenderfynu ar niferoedd, bydd gennych chi well syniad faint o ryddid fydd gennych chi o ran diwyg a theimlad.
- **Yr Amgylchedd**  
Erbyn heddiw, rhaid i bob busnes feddwl am ei effaith amgylcheddol, boed drwy leihau deunydd pacio a gwastraff, neu drwy ddefnyddio deunyddiau addas i'r amgylchedd. Gallwch leihau eich effaith ac argraffu'n gyfrifol mewn sawl ffordd, gan gynnwys eich dewis o stoc papur, inc a phrosesau argraffu.
- **Dosbarthu**  
Wrth osod eich cyllideb argraffu dylech eisoes fod wedi ystyried pwy yw cynunlleidfa darged eich cynnyrch, gwasanaeth neu ddigwyddiad. Yna rhaid i chi benderfynu ar y ffordd orau i'w cyrraedd. Gallwch ddosbarthu eich deunyddiau mewn nifer o ffyrdd, o bapurau newydd a chylchgronau, i daflenni mewn archfarchnadoedd, digwyddiadau a chanolfannau croeso. Byddwch yn ymwybodol o feintiau a fformatau safonol taflenni yn y lleoliadau hyn a gwnewch yn siŵr bod eich defnydd yn addas ac yn weladwy.





03\_

# Ffotograffiaeth.

Mae ffotograffau'n ffordd syml i unrhyw un greu cynnwys ar y cyfryngau cymdeithasol a dangos i randdeiliaid prosiect neu gwsmeriaid yn union beth sydd gennych i'w gynnig. Mae delweddau'n drawiadol, yn hoelio'r sylw ac yn creu cyswllt rhwng eich cwsmer a chi nad oes modd ei greu gyda geiriau. Heb gymorth blas neu arogl, mae delweddau da o'ch cynhyrchion a'ch gwasanaethau bwyd yn hanfodol!

## Pwyntiau allweddol i'w hystyried wrth dynnu lluniau

- 1 Rhowch flas i'ch delweddau**  
Ystyriwch y ffyrdd gorau i ddangos eich cynhyrchion yn weledol. Rydych chi am awgrymu eu bod yn blasu'n wych, felly gwnewch nhw'n ddeniadol a gosodwch nhw'n dda ar y plat. Os yw'r pecynnu'n arbennig hefyd, gwnewch yn siwr eich bod yn ei ddangos.
- 2 O'r badell i'r plât**  
Ewch ati i ddweud eich stori a rhannu eich taith, gan wneud y cynhyrchion a'r profiadau'n fwy perthnasol a dynol. Cynhwyswch staff a chwsmeriaid mewn delweddau i roi presenoldeb clir i'ch brand – o gynhyrchion sy'n cael eu harddangos yn glir i staff mewn gwisgoeddd â'ch brand chi arnyn nhw.
- 3 Gwenwch!**  
Anogwch eich defnyddwyr i dynnu a rhannu lluniau i greu cyffro am eich brand. Mae gan y rhan fwyaf o bobl ffôn clyfar felly fe ddylai hyn fod yn ddigon rhwydd. Po fwyaf o bobl sy'n rhannu delweddau o'ch brand, y mwyaf o gwsmeriaid newydd fyddwch chi'n eu denu.
- 4 Rhowch eich cynnyrch yn ei gyd-destun**  
Tynnwch bob math o luniau o'ch cynnyrch - yn cael ei goginio neu ei fwyta, ei arddangos mewn gŵyl neu gyda chwsmeriaid yn ei fwynhau. Un ffordd dda i wneud hyn yw gyda ryseitiau. Fel hyn gallwch gynnig syniadau am ffyrdd i ddefnyddio eich cynnyrch.



## Tair ffordd i gael gafael ar ffotograffau

### ■ Defnyddio eich lluniau eich hun

Dyma'r ffordd rataf, rwyddaf a mwyaf effeithlon o gael delweddau ond mae'n werth cofio rhai rheolau sylfaenol i sicrhau eich bod yn cael y lluniau gorau:

**Cyfansoddiad** cofiwch y 'rheol traean'. Rhannwch eich ffrâm yn naw rhan gyfartal gyda dwy linell lorweddol a dwy linell fertigol â'r un pellter rhyngddyn nhw, gan osod gwrthrych y llun ar hyd un o'r llinellau hyn.

**Goleuo** dyma'r ail ffactor pwysig. Peidiwch â saethu i mewn i'r golau, na gosod eich gwrthrych o flaen y golau. Er bod gan y rhan fwyaf o ffonau, tabledi a chyfrifiaduron feddalwedd sy'n gadael i chi addasu'r golau, mae dysgu elfennau ISO a chydwbysedd gwyn yn syniad da.

**Cydraniad uchel** mae hyn yn caniatáu i chi weld y lluniau mewn sgrin lawn, heb golli ansawdd y ddelwedd - rhywbeth na chewch chi'n aml drwy ddefnyddio ffôn clyfar neu hidlydd golygu. Mae cydraniad uchel yn hanfodol pan fyddwch chi'n cyflenwi delweddau i'r cyfryngau print, sydd fel arfer yn gofyn am ffeiliau JPEG 300 dpi (dotiau y fodfedd), gan na fydd delweddau cydraniad isel yn ddigon clir. Fel arfer bydd cyhoeddiadau ar-lein yn gofyn am led o 500 picsele o leiaf.

### ■ Cyflogi ffotograffydd

Dyma ffordd y gallwch fod yn siŵr y cewch chi luniau ansawdd uchel, deniadol. Bydd hyn yn eich helpu i fod yn wahanol i'ch cystadleuwyr a bydd yn cyflwyno eich brand yn dda. Ystyriwch ddefnyddio rhywun sy'n arbenigo mewn ffotograffiaeth bwyd; bydd hynny'n sicrhau y bydd eich cynhyrchion yn edrych ar eu gorau.

### ■ Dod o hyd i luniau ar wefanau delweddau stoc

Drwy wneud hyn rydych chi'n prynu'r hawl i ddefnyddio lluniau proffesiynol gan wefannau o ddelweddau stoc – dyw hyn ddim yn cynnwys Google lle'r ydych chi'n debygol o fod yn torri deddfau hawlfraint a thrwyddedu. Mae cytundebau trwyddedu a phrisiau'n amrywio o wefan i wefan, felly bydd angen i chi wybod sut rydych chi'n bwriadu defnyddio'r ddelwedd er mwyn trafod ffi trwyddedu. Mae rhai gwefannau'n cynnig delweddau Creative Commons Zero, sy'n golygu y gallwch ddefnyddio eu lluniau mewn unrhyw ffordd, a hynny am ddim. Ond cofiwch fod delweddau stoc ar gael i bawb a gallai'r un rhai gael eu cynnwys yn nefnydd eich cystadleuwyr hefyd. Felly er bod yr ansawdd yn cael ei warantu, does dim sicrwydd y byddan nhw'n wreiddiol.

## Defnyddio ffotograffau ar y cyfryngau cymdeithasol

Mae ffotograffau'n hanfodol ar y cyfryngau cymdeithasol. Mae pobl yn fwy tebygol o glicio ar ddelwedd na geiriau, a bydd lluniau'n denu mwy o gwsmeriaid at eich proffil a'ch cynhyrchion. Gyda chynifer o luniau difflach o giniawau i'w gweld ymhobman, gwnewch yn siŵr fod eich lluniau chi'n tynnu dŵr o'r dannedd:

- **Facebook** - postiwrch gasgliadau o ddelweddau o ddigwyddiadau a gwyliau, neu hyd yn oed gatalog o'ch cynhyrchion.
- **Twitter** - gwnewch eich Trydariadau'n fwy difyr a chyffrous gyda lluniau. Gall un aildrydariad gan ddefnyddiwr arall olygu bod cannoedd o ddarpar gwsmeriaid yn gweld yr hyn sydd gennych chi i'w gynnig.
- **Instagram** - defnyddiwch hwn i arddangos cynhyrchion newydd, digwyddiadau neu hyd yn oed staff a chwsmeriaid. Mae'n hawdd ei ddefnyddio, gyda hidlyddion sy'n gallu trawsnewid y lluniau mwyaf diflas.
- **Pinterest** - rhaglen i ddefnyddwyr nodi pethau o ddiddordeb yw hwn, drwy 'binio' delweddau o'r we ar fyrddau pin rhithiol. Mae Pinterest yn wahanol i safleoedd rhwydweithio eraill lle mae postio cynnwys gwreiddiol yn allweddol, ond gall fod yn ddefnyddiol i gyfleu naws eich brand.





## 04\_ Gwefan.

Er mwyn gwella eich cyswllt â phobl, codi ymwybyddiaeth a chyrraedd cynulleidfaoedd newydd, mae angen i chi osod eich prosiect ar-lein. Mae gwefan yn dod â lluo o fuddiannau, a hyd yn oed os yw'n wefan fach, gall gael effaith enfawr ar godi ymwybyddiaeth o'ch brand, eich cynnyrch ac ati, a denu cwsmeriaid a phobl eraill atoch chi.

## Y rhesymau allweddol pam y dylech chi gael gwefan

1

### Cyrraedd yn eang

Mae gwefan yn rhoi llais a phresenoldeb ar-lein i chi. Dyma'r cyfrwng perffaith i ddangos pam fod eich cynnyrch/busnes yn wych a bydd yn helpu i dyfu eich cynulleidfa a rhwydweithio gyda phobl eraill.

2

### Arbed amser

Mae'r wefan ar gael 24/7. Mae hynny'n llawer hirach nac y gallwch gadw'ch siop ar agor neu aros yn effro hyd yn hyn oed. Mae eich neges ar gael i bawb, yn aros yn eiddgar am y don nesaf o gwsmeriaid, a dim ond ychydig o amser sydd angen i chi ei ymrwymo i sicrhau bod neges a chynnwys eich gwefan yn iawn. Gallwch ychwanegu, diweddarau neu ddileu cynnwys y wefan yn eich pwysau - yn eich amser eich hun neu fel rhan o'ch gwaith bob dydd.

3

### Gwerth am arian

Gallwch sefydlu gwefan a chyfeiriad ebost busnes yn rhad iawn gydag un o'r gwasanaethau lletya gwefannau adnabyddus ac fe welwch arbedion sylweddol ar gostau ffisegol gan mai eich gwefan fydd eich llyfryn ar-lein newydd, fydd yn arbed costau argraffu a dosbarthu llyfrynnau papur. Gan ddibynnu ar natur eich gwasanaeth, gallwch sefydlu gwefan ac enw parth am gyn lleied â £50 y flwyddyn.

4

### Lle i dyfu

Gall gwefan ddechrau fel offeryn marchnata syml, fydd yn eich helpu i sefydlu eich busnes, creu perthynas gyda'ch cwsmeriaid a chodi ymwybyddiaeth am eich brand. Wrth i'ch busnes ddatblygu, bydd y wefan yn tyfu hefyd, er enghraifft gallech ddewis sefydlu elfen fasnachol er mwyn gwerthu eich cynhyrchion i gwsmeriaid drwy siop ar-lein. Mae'n werth cadw twf posibl eich busnes mewn cof wrth ystyried y ffordd y byddwch yn mynd ati gan adeiladu eich gwefan mewn ffordd fydd yn gadael i chi dyfu os bydd angen.



## Bwrw iðdi

Mae dau ddewis sylfaenol gennych chi wrth fwrw iddi:

### ■ Dewis 1: Defnyddio gwasanaeth lletya

Cwmni sy'n darparu modd i adeiladu gwefan gydag offerynnau a thempledi i chi eu defnyddio yw gwasanaeth lletya. Bydd rhai'n cynnig y cyfan mewn un pecyn i'ch helpu chi i wneud y gwaith, gyda chymorth 24/7 a gwarant o gopi wrth gefn yn ddyddiol o'ch ebost a'r wefan.

### ■ Dewis 2: Defnyddio asiantaeth greadigol ddigidol

Drwy ddefnyddio asiantaeth greadigol a digidol, fydd yn gallu dylunio a rhaglennu gwefan i chi, fe gewch chi wefan fwy personol fydd yn gweddu i'ch prosiect. Gallai hyn fod yn werth ei wneud os yw eich menter yn niche neu'n unigryw. Bydd llawer ohonyn nhw'n delio â'r holl waith lletya, enw parth a chymorth ebost. Fodd bynnag fe allai'r gost fod yn uwch ar y dechrau a bydd angen i chi ystyried hynny ochr yn ochr â'r buddiannau tymor hir.

## Awgrymiadau

### ■ Dylunio

Eich gwefan yw eich ffenest i'r byd. Gwnewch yn siŵr ei bod yn cyflwyno darlun clir o'ch busnes.

### ■ Llywio

Does dim byd sy'n fwy rhwystredig na chlicio botymau'n ddiddiwedd ar wefan wrth chwilio am ateb syml. Gwnewch yn siŵr fod y dyluniad yn glir a'i bod yn hawdd llywio drwy'r wefan.

### ■ Cynnal a chadw

Gwnewch yn siŵr eich bod yn gwybod sut i newid a diweddaru'r wefan. Mae'n hanfodol bwysig fod eich gwybodaeth yn gyfredol neu fe allech ymddangos yn amhroffesiynol. Gall hefyd fod werth meddwl am newid y delweddau cefndir, penawdau ar yr hafan ac ati i gyd-fynd â thymhorau a digwyddiadau gwahanol (e.e. y Nadolig, Tymor yr Haf).

### ■ Cydnawsedd

Yn yr oes ddigidol hon, mae pobl yn chwilio'r we ym mhobman, ar unrhyw adeg. Gallai fod yn syniad i chi feddwl sut fydd eich gwefan yn edrych ar ffôn clyfar neu iPad.

## Mynnu sylw

SEO (Search Engine Optimization) yw'r broses o greu traffig o ganlyniadau chwilio organig ar beiriannau chwilio. Y gyfrinach i gael safle uwch ar y peiriannau chwilio yw sicrhau bod yr elfennau iawn i gyd ar eich gwefan:

### ■ Canlyniadau chwilio elfennol

Mae peiriannau chwilio'n edrych am bob gair ar y we, felly os oes rhywun yn chwilio er enghraifft am 'bwyd tafarn Ceredigion', dim ond y tudalennau am y geiriau hynny fydd yn ymddangos, yn nhrefn eu perthnasedd. Meddyliwch am y geiriau rydych chi'n eu defnyddio.

### ■ Teitl swyddogol

Mae gan bob tudalen ar y we deitl swyddogol. Mae peiriannau chwilio'n talu sylw manwl i deitlau tudalennau am eu bod yn aml yn crynhoi'r dudalen. Gwnewch yn siŵr fod teitlau eich tudalennau'n glir a chryno, er enghraifft mae 'Rysetiau o Gymru' yn crynhoi cynnwys y dudalen honno'n glir.

### ■ Dolenni

Pan fydd gwefan yn cynnwys dolen at un arall mae hynny fel arfer yn argymhelliad bod cynnwys da ar y safle hwnnw. Mae gwefannau sydd â llawer o ddolenni'n cyfeirio atyn nhw'n edrych yn dda i beiriannau chwilio.

### ■ Cynnwys newydd

Ychwanegwch ddiweddariadau rheolaidd i'ch gwefan, gyda newyddion, digwyddiadau neu gynhyrchion newydd. Cadwch olwg ar yr hyn sy'n digwydd yn y byd bwyd a chyfeiriwch ato pan fyddwch chi'n gallu.





05\_

# Cysylltiadau cyhoeddus a'r cyfryngau.

Mae bwyd a theithio'n ffynhonnell dda o straeon difyr am bobl ac mae darparu gwybodaeth reolaidd i'r cyfryngau am eich newyddion, eich cynhyrchion a'ch digwyddiadau diweddaraf yn aml yn gallu dod â chyhoeddusrwydd gwerthfawr am ddim i chi.

Gall y cyfryngau eich helpu chi i sicrhau cydnabyddiaeth ar lefel leol a chenedlaethol gyda chynulleidfa eang fydd yn arwain at gynyddu ymwybyddiaeth ac o bosib at ymholiadau a gwerthiant.

Ar wahân i bapurau newydd lleol a rhanbarthol a safleoedd ar-lein, cofiwch y gall y 'cyfryngau' gynnwys Croeso Cymru a byrddau twristiaeth lleol a all gyhoeddi neu rannu eich erthyglau ar eu gwefannau ac yn eu cyhoeddiadau.

## Pwyntiau allweddol ar gyfer gweithio gyda'r cyfryngau

### 1 Ydy eich stori'n werth ei hadrodd?

Facebook yw'r rhwydwaith cymdeithasol mwyaf yn y byd, a gyda thros 30m o ddefnyddwyr yn y Deyrnas Unedig, mae'n rhan hanfodol o bresenoldeb ar-lein llawer o fusnesau. Y brif egwyddor wrth greu Tudalen Busnes Facebook yw annog cwsmeriaid hen a newydd i 'hoffi' eich tudalen er mwyn iddyn nhw allu gweld popeth rydych chi'n ei bostio.

### 2 Arwyddocâd a pherthnasedd

Twitter yw'r ail safle rhwydweithio cymdeithasol mwyaf poblogaidd yn y DU ac mae'n unigryw gan fod pob 'trydariat' yn 140 o nodau yn unig. Gall trydariadau diddorol a pherthnasol gyda chynnwys difyr eich helpu i dyfu eich cynulleidfa a chynyddu traffig digidol.

### 3 Agenda'r cyfryngau

Mae Instagram yn gadael i ddefnyddwyr dynnu lluniau a fideos a'u rhannu'n gyhoeddus neu'n breifat. Gan fod y cynnwys i gyd yn weladwy, gallai fod yn ddefnyddiol iawn yn y sector twristiaeth bwyd gan fod bwyd yn gyffredinol yn ddeniadol mewn ffotograffau.



---

## Rhestr wirio ar gyfer llunio datganiad i'r wasg

- Dilynwch yr un strwythur ag y byddai newyddiadurwr yn ei ddefnyddio i ysgrifennu erthygl: pennawd uniongyrchol, byr; mynegiant cryno ac effeithlon; cymaint o wybodaeth â phosib; delweddau mawr, clir.
- Rhowch cymaint o wybodaeth â phosib yn y paragraffau cyntaf. Bydd hyn yn caniatáu i chi ehangu drwy weddill y darn.
- Ceisiwch gael dyfyniad bob tro – mae newyddiadurwyr yn hoffi cael digon o wybodaeth gennych chi ac mae darparu dyfyniad yn arbed llawer o waith.
- Rhowch unrhyw wybodaeth bellach ar y diwedd.
- Meddyliwch a allech chi eich mynegi eich hun yn fwy cryno, neu a ydych chi wedi cynnwys unrhyw beth diangen. Peidiwch â defnyddio geiriau hir pan fydd gair byr symlach yn gwneud y tro a pheidiwch byth â defnyddio jargon.
- Byr a brathog – un neu ddwy ochr A4 yw'r hyd delfrydol.
- Defnyddiwch ddyluniad clir – maint teip 12 pwynt a gofod dwbl yw'r gorau.
- Cyflwynwch y darn mewn ffordd sy'n hawdd ei anfon mewn ebost.
- Oes unrhyw ddolenni neu dudalennau cyfryngau cymdeithasol y gallech chi eu hyrwyddo?
- Nodwch fanylion cyswllt i gael rhagor o wybodaeth.

## Awgrymiadau ar gyfer gwerthu eich stori

- Gwnewch yn siŵr eich bod yn gwybod eich stori'n drylwyr – fyddwch chi ddim yn argyhoeddi neb os na allwch chi ei chofio eich hun.
- Cadwch restr o'r newyddiadurwyr rydych chi wedi cysylltu â nhw, a'r rhai sy'n defnyddio'r stori.
- Gwnewch yn siŵr eich bod yn gyfarwydd â'r cyhoeddiad neu'r rhaglen dan sylw, ac edrychwch ar y sylwadau hefyd, er mwyn i chi allu gwerthu perthnasedd y stori i'w sefydliad nhw.
- Paratowch ebost yn nodi'n glir beth mae eich busnes yn ei wneud ac sy'n sôn am bwnc y datganiad.
- Ar ôl anfon yr ebost, ffoniwch, gan ofalu eich bod chi yn rhywle lle gallwch chi siarad, lle na fydd neb yn amharu arnoch chi.
- Crynhowch y datganiad ond peidiwch byth â'i ddarllen dros y ffôn. Sgwrsiwch yn naturiol a chyfeillgar – os byddan nhw'n eich hoffi chi mae'n fwy tebygol y caiff y stori ei defnyddio. Gwnewch wrth siarad.
- Soniwch am lefydd, enwau a geiriau allweddol.
- Gwnewch yn siŵr eich bod yn holi digon o gwestiynau i sicrhau bod y newyddiadurwr yn hapus gyda'r stori. Byddwch yn gwrtais.
- Mae sefyll wrth siarad ar y ffôn yn gallu gwneud i chi swnio'n bwerus a hyderus.
- Cysylltwch yn ôl i sicrhau bod eich stori'n cael ei defnyddio. Cofiwch nodi gyda phwy rydych chi wedi siarad ac unrhyw beth sydd wedi ei wneud.





06\_

# Ysgrifennu copi.

Boed ar eich gwefan, mewn taflenni, ar labeli neu ar y cyfryngau cymdeithasol, mae'r hyn rydych chi'n ei ddweud yn bwysig, ond hefyd y ffordd rydych chi'n ei fynegi.

Mae ysgrifennu clir, cryno ac effeithiol yn allweddol i gyfathrebu gyda'ch cwsmeriaid a gwerthu eich cynhyrchion. Mae'n bwysig ystyried pwy rydych chi'n ysgrifennu ar eu cyfer a beth rydych chi am ei ddweud wrthyn nhw. Drwy ysgrifennu copi llwyddiannus byddwch yn cadw diddordeb eich cwsmeriaid wrth iddyn nhw ddarllen am eich cynhyrchion a'ch gwasanaethau a gall wneud wahaniaeth allweddol o ran gwerthiant.

## Pwyntiau allweddol i'w hystyried wrth ysgrifennu copi

- 1 Diben**  
Meddylwch pwy fydd yn darllen eich gwefan neu daflen – ydyn nhw'n gwsmer yn barod ynteu ydych chi'n ceisio eu perswadio i ddod yn gwsmer?
- 2 Sylw**  
Gwnewch yn siŵr eich bod yn gallu dal sylw eich darlennydd
- 3 Diddordeb**  
Rhaid cadw diddordeb eich darlennydd
- 4 Awydd**  
Ydych chi wedi argyhoeddi eich darlennydd eu bod yn awyddus i gael eich cynnyrch neu wasanaeth?
- 5 Gweithredu**  
Dywedwch wrthyn nhw beth sydd angen iddyn nhw ei wneud nesaf.





## Pum awgrym ar gyfer ysgrifennu copi

### ■ Pennawd

Os ydych chi'n ysgrifennu llythyr, gwefan neu flogiad, mae pennawd gafaelgar yn hanfodol i fachu sylw eich darllenydd. Byddwch yn glir ac yn gryno fel bod y darllenydd yn gwybod beth i'w ddisgwyl.

### ■ Llais

Cofiwch wneud yn siŵr fod eich llais yn cyd-fynd â'ch brand. Os ydych chi'n gwerthu cynnyrch/gwasanaeth moethus efallai y byddwch am ysgrifennu'n gymharol ffurfiol, i gyd-fynd â hunaniaeth gyffredinol eich prosiect. Ond os yw eich brand yn fwy chwareus neu gyfoes ystyriwch addasu eich arddull i gyd-fynd â hynny.

### ■ Cyflwyniad

Os nad yw'r wybodaeth yn hawdd dod o hyd iddi, fydd darllenwyr ddim yn trafferthu. Meddyliwch am strwythuro'ch ysgrifennu gyda phwyntiau bwled neu benawdau i gadw'r wybodaeth yn glir.

### ■ Amser stori

Mae pobl yn naturiol yn cael eu denu a'u difyrru gan straeon. Os yw'n briodol, gall rhannu stori fod yn dechneg effeithiol iawn (e.e. stori sefydlu eich busnes ar eich gwefan). Mae'n creu elfen 'ddynol' yng nghanol yr holl ddeunydd busnes a gwerthu arferol.

### ■ Byddwch yn benodol

Gall gwybodaeth amwys neu gamarweiniol droi eich cwsmeriaid i ffwrdd. Rhewch wybodaeth ffeithiol i'ch darllenwyr (e.e. yn lle 'rydyn ni'n gwerthu sawl math o seidr', defnyddiwch 'rydyn ni'n gwerthu wyth math gwahanol o seidr').

## Arddull

- Cadwch y brawddegau'n fyr a brathog. Gall brawddegau hir fod yn anodd eu deall ac yn chwithig wrth geisio trosglwyddo eich neges.

- Byddwch yn gyson gyda'ch arddull ysgrifennu. Er enghraifft os ydych chi'n defnyddio symbol ar gyfer canran yn hytrach na 'y cant', gwnewch hynny drwy'r darn cyfan.

- Os ydych chi'n creu cynnwys dwyieithog, gwnewch yn siŵr fod y safon a naws yr iaith yn cyd-fynd yn y Gymraeg a'r Saesneg. Dilynwch ganllawiau Plain English a Cymraeg Clir.

- Osgowch eiriau technegol na fydd y darllenwyr yn eu deall o bosib. Cadwch eich iaith yn glir ac yn ddealladwy i gynnal diddordeb y darllenydd.

- Ceisiwch daro cydbwysedd rhwng bod yn anffurfiol a chyfeillgar a bod yn hyderus ac addysgiadol. Mae'n iawn bod yn anffurfiol, ond gwnewch yn siŵr nad yw'n flinderus neu'n eich rhwystro rhag mynegi eich pwyntiau'n glir.





07\_

# Marchnata ar-lein.

**Yn gynyddol mae pobl yn ymchwilio, cynllunio, archebu ac adolygu ar-lein. Mae nifer o ffyrdd felly i chi gynyddu eich proffil ar-lein, boed drwy ddefnydd effeithiol o'r peiriannau chwilio (SEO) neu drwy nifer o ddulliau hysbysebu digidol.**

SEO yw'r broses o greu traffig o ganlyniadau chwilio naturiol (a elwir yn 'organig') ar beiriannau chwilio (h.y. sicrhau safle uchel pan fydd rhywun yn chwilio am air allweddol penodol yn Google neu beiriant chwilio tebyg). Dychmygwch fod peiriannau chwilio fel Google a Bing yn llyfrgellwyr y rhyngwrwyd, yn casglu data ar bob tudalen sydd ar gael er mwyn cynorthwyo pobl i ddod o hyd i'r union beth maen nhw'n chwilio amdano. Rydyn ni wedi cynnwys amrywiaeth o ffynonellau ar y dudalen dolenni ar ddiwedd y pecyn hwn er mwyn i chi allu dysgu mwy am sut i sicrhau eich bod yn gwneud y defnydd gorau o'ch gwefan.

Mae SEO effeithiol yn cymryd amser, ond ffordd gyflym i roi cychwyn ar hyrwyddo eich busnes ar-lein yw hysbysebu ar-lein. Os yw'n cael ei gynllunio'n dda, gall ymgyrch effeithiol fod yn gymharol gost-effeithiol yn ogystal â chynnig amrywiaeth o wybodaeth ychwanegol ynghylch pa fath o bobl yw eich cynulleidfa, a'u diddordebau. Un ffordd gynyddol boblogaidd o hysbysebu ar-lein yw llwyfan Google AdWords.

## Manteision allweddol hysbysebu ar-lein

1

### Cynyddu traffig gwe

Mae cwmnïau bwyd yn chwilio drwy'r amser am ffyrdd i ddenu cwsmeriaid newydd ac mae Google AdWords yn eich helpu i gynyddu traffig gwe a denu mwy o bobl at eich cynhyrchion a'ch gwasanaethau. Maen nhw'n gwneud hyn ar yr adeg iawn, pan fydd darpar gwsmeriaid yn chwilio am yr hyn sydd gennych chi i'w gynnig.

2

### Targedu eich cwsmeriaid

Mae Google yn edrych ar eich geiriau a'ch ymadroddion allweddol wrth benderfynu a yw eich hysbyseb yn berthnasol i chwiliadau pobl. Felly os ydych chi'n gwerthu bwyd lleol er enghraifft, defnyddiwch yr union eiriau hynny. Mae Google AdWords yn gadael i chi dargedu eich hysbysebion at ddinasoedd neu ranbarthau penodol neu o fewn pellter penodol o leoliad eich busnes, sy'n golygu y gallwch chi hysbysebu'n lleol ac yn fyd-eang. Gallwch gofrestru am ddim ac unwaith y byddwch wedi'ch sefydlu fyddwch chi ond yn talu am y cliciau rydych chi'n eu derbyn. O'r fan honno gallwch osod cyllideb ddyddiol a'i haddasu wrth fynd yn eich blaen. Mae gwefannau eraill yn cynnig gwahanol fathau o hysbysebu ar-lein, ond Google yw'r peiriant chwilio #1 drwy'r byd!

3

### Mesur llwyddiant

Yn wahanol i hysbysebu print mae modd mesur hysbysebu ar-lein yn hawdd. Gan ddibynnu ar y math o lwyfan hysbysebu ar-lein sy'n cael ei ddefnyddio gallwch fesur traffig at eich gwefan yn ogystal â llwyddiant yr ymgyrch. Mae offerynnau ar-lein am ddim fel Google Analytics a Buffer yn gallu helpu gyda hyn.



## Google AdWords

Un lle sy'n gynyddol boblogaidd i hysbysebu ynddo yw llwyfan Google AdWords. Mae dwy brif rwydwaith gan AdWords: Search a Display. Mae Rhwydwaith AdWords Search yn cyrraedd pobl pan fyddan nhw eisoes yn chwilio am nwyddau neu wasanaethau penodol. Mae'r Rhwydwaith Display yn eich helpu i ddal sylw rhywun yn gynharach yn y cylch prynu. Yn gwyno:

- Mae **Rhwydwaith Google Display** yn gadael i chi gysylltu â chwsmeriaid gydag amrywiaeth o fformatau hysbysebu ar draws y bydysawd digidol. Gall eich helpu i gyrraedd pobl wrth iddyn nhw bori eu hoff wefannau, dangos fideo YouTube i ffrind, edrych ar eu cyfrif Gmail, neu ddefnyddio safleoedd ac apiau symudol (e.e. efallai eich bod wedi'u gweld fel hysbyseb gweledol symudol ar wefannau newyddion fel WalesOnline).
- Mae **Rhwydwaith Google Search** yn grŵp o wefannau neu apiau sy'n gysylltiedig â chwilio lle gall eich hysbysebion ymddangos. Pan fyddwch chi'n hysbysebu ar Rhwydwaith Google Search, gall eich hysbyseb ymddangos nesaf at ganlyniadau chwilio pan fydd rhywun yn chwilio gyda themau sy'n gysylltiedig ag un o'ch geiriau allweddol (e.e. efallai eich bod wedi'u gweld wrth i chi 'gwglo' rhywbeth ac mae'n ymddangos uwchlaw eich canlyniadau chwilio fel hysbyseb ysgrifenedig).

## Cyfryngau cymdeithasol

Yn gynyddol, mae busnesau ac unigolion yn defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol i gymdeithasu a hyrwyddo gweithgarwch. Mae hysbysebu ar y cyfryngau cymdeithasol yn hawdd, yn fforddiadwy ac yn effeithlon. Dyma ambell ffordd y gallwch hyrwyddo eich nwyddau drwy'r cyfryngau cymdeithasol:

- **Facebook**  
Mae Facebook yn gadael i chi greu hysbysebion sydd wedi'u targedu at amrywiol gynulleidfaoedd. Gosodwch eich cynulleidfa yn ôl lleoliad, oed, diddordeb a mwy a cheisiwch wneud pobl yn ymwybodol o'r hyn sydd gennych chi i'w gynnig. Bydd yr hysbysebion hefyd yn ymddangos ar ddyfeisiau symudol, yn y ffrwd o wybodaeth sydd i'w gweld i ddefnyddwyr Facebook, gan olygu ei bod yn fwy tebygol y bydd defnyddwyr yn sylwi ar eich brand ac yn dangos diddordeb. Mae'r offeryn Ads Manager yn gadael i chi reoli'r hysbysebion ac adolygu eu perfformiad. Gallwch osod eich cyllideb mor uchel neu isel ag y dymunwch, a bydd Facebook yn gwneud ei orau i sicrhau bod eich hysbyseb yn cyrraedd cynifer â phosib o bobl.
- **Twitter**  
Mae sawl math o hysbyseb ar Twitter: trydariadau sy'n cael eu hyrwyddo, cyfrifon sy'n cael eu hyrwyddo a thueddiadau sy'n cael eu hyrwyddo. Cânt eu marcio'n glir gydag eicon hyrwyddo a gallwch ryngweithio â nhw yn yr un modd ag y gallwch gyda chynnwys 'organig'. Mae cynnwys sydd wedi'i hyrwyddo'n berthnasol i'r defnyddiwr, sy'n golygu y bydd eich hysbysebion yn cyrraedd y math o gynulleidfa rydych chi'n chwilio amdano. Mae hefyd yn ystyried y lleoliad, sy'n golygu y gallwch dyfu eich busnes yn lleol yn ogystal ag ymhellach i ffwrdd. Mae hysbysebion Twitter yn defnyddio data cwcis i helpu i ddynodi'r hyn sydd o ddiddordeb i ddefnyddwyr a mynd â'ch darpar gwsmeriaid newydd at eich gwefan neu i lawrlwytho'r ap.
- **Instagram**  
Mae Instagram yn eiddo i Facebook. Mae hysbysebion Instagram yn effeithiol gan eu bod yn gallu gorwedd yn rhwydd yn ffrwd y defnyddiwr. Gallwch hysbysebu mewn tair ffordd: un ffotograff; hysbyseb carwsél, lle gallwch gael cyfres o hyd at bum ffotograff; a fideo.





## 08\_ Y Gymraeg.

Gall cyfathrebu gydag unigolion yn Gymraeg a Saesneg fod yn brofiad hynod o gadarnhaol. Felly, hyd yn oed os nad yw'r Gymraeg yn iaith gyntaf i chi, mae'n sicr yn werth ystyried cynnwys y Gymraeg yn eich marchnata.

Yr elfen greiddiol sy'n denu mewn twristiaeth bwyd yw'r cyfle i ddarganfod bwydydd newydd a diwylliant newydd. Yn aml bydd cwsmeriaid o'r tu allan i Gymru'n chwilfrydig am y Gymraeg ac yn cael eu cyfareddu ganddi, a gall ychwanegu dimensiwn newydd ac unigryw i'w hymweliad a'ch cynhyrchion wrth iddyn nhw ddarganfod ac archwilio etifeddiaeth ac ardal wahanol.

## Pwyntiau allweddol wrth ddefnyddio'r Gymraeg yn eich marchnata

1

### Gwerth brand

Mae natur unigryw'r Gymraeg yn cynnig gwerth brand a manteision posib i fusnesau yn y sector twristiaeth bwyd. Bydd cwsmeriaid yn aml yn edrych am ymdeimlad o hunaniaeth neu arbenigrwydd fydd yn eich gwneud chi'n wahanol i fusnesau eraill, a dyma lle mae gwerth dwyieithrwydd yn eich busnes yn gallu dod i'r amlwg.

2

### Tyfu'r busnes

Mae Tŷ Nant, Chwisgi Penderyn a Llaeth y Llan i gyd yn frandiau adnabyddus a llwyddiannus sydd wedi defnyddio'r Gymraeg i wthio eu busnesau ymhellach. Yn wir, ar ôl cyfnod o dwf gwastad yn 2011, penderfynodd Llaeth y Llan newid yn ôl i fod yn ddwyieithog, ac arweiniodd hyn at gynydd o 15% yn eu trosiant.

3

### Marchnadoedd newydd

Gall marchnata drwy gyfrwng y Gymraeg agor drysau i farchnadoedd newydd. Mae Foras na Gaeilge - y corff sy'n gyfrifol am hyrwyddo'r Wyddeleg ar draws Iwerddon - yn nodi bod yr iaith Wyddeleg wedi ychwanegu mantais gwerthu unigryw i fusnesau yn Iwerddon drwy frandio a marchnata, yn enwedig cyfathrebu gweledol - cardiau busnes, anfonebau, arwyddion a deunyddiau marchnata - beth bynnag yw lefel rhuglder y staff neu'r cleientiaid.

4

### Tarddiad eich cynnyrch

Felly does dim rhaid i bob agwedd o'ch prosiect fod yn ddwyieithog ond bydd defnyddio'r Gymraeg o fewn twristiaeth bwyd yn sicrhau ymdeimlad o wreiddiau i'r prosiect. Meddylwch am fusnes er enghraifft - bydd defnyddio'r Gymraeg yn atgyfnerthu ac yn gwerthu'r syniad fod cwsmeriaid sy'n prynu gennych chi nid yn unig yn talu am botel o win neu lety, ond hefyd am brofiad o'r diwylliant Cymreig dilyn a chynhenid.



## Manteision marchnata ddwyieithog yn y diwydiant twristiaeth bwyd

### ■ Unigryw

Mae marchnata ddwyieithog yn sicrhau hunaniaeth gref a mantais gwerthu unigryw sy'n gwneud yn siŵr fod eich busnes a'ch brand yn fwy cofiadwy ac yn wahanol i'ch cystadleuwyr.

### ■ Treftadaeth

Y Gymraeg yw un o ieithoedd hynaf Ewrop – drwy farchnata'n ddwyieithog rydych chi'n dangos bod eich busnes yn gwybod am ein hanes a'n diwylliant cenedlaethol ac yn eu parchu, a thrwy hynny gyfoethogi profiad y cwsmer/ymwelydd.

### ■ Teyrngarwch

Mae'n cynyddu diddordeb, cefnogaeth a theyrngarwch siaradwyr Cymraeg a chwsmeriaid o Gymru.

### ■ Enw da

Ym maes twristiaeth bwyd, mae gan Gymru enw da am ei diwydiannau cynhyrchu a thwristiaeth bwyd felly mae marchnata ddwyieithog yn elwa o'r enw da cryf hwn.

### ■ Lleol

Mae marchnata ddwyieithog yn cadarnhau'r syniad bod gwreiddiau eich busnes yn yr economi a'r diwylliant lleol, a'i fod yn eu cefnogi.

### ■ Niche

Bydd hyrwyddo eich busnes yn ddwyieithog yn tynnu sylw cwsmeriaid y tu allan i Gymru a thu hwnt at brofiad niche a newydd.

## Ambell awgrym os ydych chi'n delio â'r cyhoedd

■ Os oes rhai o'ch staff yn gallu siarad Cymraeg, mae'n syniad da rhoi bathodynau iddyn nhw sy'n atgoffa pobl eu bod yn hapus i sgwrsio yn Gymraeg neu'n Saesneg.

■ Manteisiwch ar unrhyw ddigwyddiadau diwylliannol y gallwch chi greu cyswllt â nhw, fel Dydd Gŵyl Dewi neu Ddydd Santes Dwynwen.

■ Os ydych chi'n chwarae cerddoriaeth ar safle eich busnes, mae'n gyfle i dynnu sylw at gerddoriaeth o Gymru ochr yn ochr â'ch arlwy arferol.

## Gwybodaeth a chymorth

### Comisiynydd y Gymraeg

Mae Swyddfa Comisiynydd y Gymraeg yn cynnig cyfoeth o wybodaeth ac adnoddau i helpu busnesau i weithredu'n ddwyieithog yng Nghymru, gan gynnwys gwasanaeth prawf ddarllen am ddim ar gyfer hyd at 1,000 o eiriau o destun ddwyieithog. Ewch i'w tudalen a gweld sut gallwch droi defnydd o'r Gymraeg a'i diwylliant yn fantais gystadleuol.

### Gwasanaethau cyfieithu

Cymdeithas Cyfieithwyr Cymru yw cymdeithas y cyfieithwyr Cymraeg proffesiynol ac mae hefyd yn cynnig cyngor ymarferol, yn ogystal â rhestr o gyfieithwyr cymeradwy.





## 09\_ Gwerthuso.

Mae gwerthuso eich ymdrechion marchnata lawn mor bwysig â gwario arian a threulio amser yn ymchwilio i'r blas neu'r cyrchfan gorau gan y bydd yn eich helpu i wybod beth mae eich cwsmeriaid yn ei hoffi – a beth nad ydyn nhw'n ei hoffi – a'u canfyddiad nhw o'ch brand a'ch cynhyrchion.

## Pwyntiau allweddol i'w hystyried wrth werthuso eich marchnata

- 1 Peidiwch â'i adael tan y diwedd**

Dylech werthuso ar y dechrau, yn y canol ac ar y diwedd. Bydd ymchwil cynnar i'ch marchnad yn eich helpu i'w deall ac i gynllunio, bydd profi ar hyd y ffordd yn eich helpu i dracio eich cynnydd a gwneud unrhyw fân newidiadau angenrheidiol a bydd gwerthuso'r canlyniadau terfynol yn eich helpu i gynllunio ar gyfer yr ymgyrch neu'r hyrwyddiad nesaf.
- 2 Meddyliwch beth yw eich negeseuon allweddol**

Penderfynwch pwy rydych chi'n eu targedu, ceisiwch ddeall cymaint â phosib am yr hyn sy'n gweithio iddyn nhw a rhwch eich hun yn eu lle nhw er mwyn canfod y geiriau fydd yn taro nodyn gyda nhw. Os nad yw eich negeseuon yn cyd-daro â disgwyliadau a diddordebau eich cynulleidfa efallai y dylech ystyried newid y geiriau neu'r llais rydych chi'n eu defnyddio.
- 3 Sylwch ar y niferoedd**

Os ydych chi'n fusnes ac yn awyddus i wneud elw iach ar draws eich busnes yna cyfrifwch yr elw rydych chi'n ei wneud ar eich buddsoddiad yn rheolaidd er mwyn gweld a yw eich cynlluniau'n gwneud synnwyr ariannol.
- 4 Gwnewch y gorau o'ch adborth**

Mae gwerthuso'n fwy na sylwi ar elfennau cadarnhaol eich ymgyrch – mae angen deall beth yw eich gwendidau hefyd a sut gallwch wella. Gwnewch y mwyaf o adborth cwsmeriaid a byddwch yn ymwybodol o'r ffordd mae eich cystadleuwyr yn eu marchnata eu hunain.
- 5 Aseswch gryfderau eich presenoldeb digidol**

Gall marchnata digidol a'r cyfryngau cymdeithasol fod yn ganolog i'ch marchnata. Mae llawer o becynnau ac apiau ar gael i ganfod eich cryfderau a'ch gwendidau ar-lein. Er bod pecynnau dadansoddi ar-lein cynhwysfawr fel arfer yn costio arian, mae sawl ffordd effeithiol ar gael i werthuso eich gwaith digidol am ddim.



## Defnyddio'r cyfryngau cymdeithasol i werthuso

Fe all y cyfryngau cymdeithasol ymddangos yn llethol, gyda llwyfannau niferus a dim ffordd amlwg i roi cychwyn arni bob tro. Ond unwaith y byddwch chi wedi sefydlu presenoldeb, boed ar Facebook, Twitter neu Instagram, mae'n ffordd hawdd ac effeithiol i edrych yn ôl ac ystyried sut i wella'r hyn rydych chi'n ei wneud ar-lein.

Gall pecynnau dadansoddi cyfryngau cymdeithasol gynnig darlun i chi o sgysiau pobl, eu dymuniadau a'u hanghenion mewn perthynas â'ch cynnyrch. Mae'r safleoedd canlynol i gyd yn ddefnyddiol ac er bod nifer ohonynt nhw'n rhannu'r un nodweddion, mae gan bob un ei rinweddau ei hun, ac mae'n bosib y byddwch am ddefnyddio cyfuniad i sicrhau'r canlyniadau rydych chi'n eu ceisio, yn enwedig os ydych chi'n defnyddio'r fersiynau sydd ar gael am ddim.

### ■ Buffer

Mae Buffer yn gadael i chi osod negeseuon cyfryngau cymdeithasol i'w postio yn y dyfodol, a hefyd gallwch edrych yn ôl a dadansoddi faint o draffig a rhyngweithio sydd wedi bod ar eich tudalen. Fel rhan o'r pecyn sydd ar gael am ddim, mae'n nodi'r holl ystadegau rhyngweithio ar gyfer pob postiad neu drydar ar Facebook, Twitter, Google+ a LinkedIn.

### ■ Facebook Insights

Mae Facebook Insights yn dangos yr holl ystadegau y tu ôl i'ch postiau, eich cefnogwyr a'ch cyrhaeddiad. Gallwch glicio ar y tab 'pobl a gyrhaeddwyd' ar waelod unrhyw bostiad unigol o'ch llinell amser i weld ystadegau llawn y postiad hwnnw.

### ■ Twitter Analytics

Nodwedd arall sy'n cynnig trosolwg dros 28 diwrnod o hynt eich trydar yn yr holl brif feysydd gwahanol – aildrydariadau, cyfeiriadau, ffefrynnau a chliciau. Mae gweld yr argraff mae un trydariad wedi'i wneud yn ddefnyddiol iawn, a gallwch hefyd allforio'r data i greu graffiau, siartiau ac adroddiadau.

### ■ Hootsuite

Yn debyg i Buffer, mae Hootsuite yn gadael i chi reoli mwy nag un dudalen ar fwy nag un llwyfan o un canolbwynt. Mae Hootsuite yn ddefnyddiol iawn gan ei fod yn creu adroddiadau cymharol gynhwysfawr a data y gallwch ei allforio.

### ■ Google Analytics

Pecyn dadansoddi hollgynhwysfawr yw Google Analytics sy'n gadael i chi asesu a gwerthuso llwyfannau cyfryngau cymdeithasol, traffig y wefan a hyd yn oed defnydd o apiau. Mae'r dadansoddiad ffres a gewch chi yn dangos sut mae ymwelwyr yn defnyddio eich safle, sut y cyrhaeddodd nhw yno a sut y gallwch sicrhau eu bod yn dod yn ôl.

### ■ Gwefan

Edrychwch ar y traffig sy'n dod i'ch gwefan. Os ydych chi wedi adeiladu eich gwefan eich hun, dylai fod gennych offeryn dadansoddi. Edrychwch a yw eich traffig yn dod o'r cyfryngau cymdeithasol neu drwy ddolenni o wefannau eraill.



---

# 10 Dolenni defnyddiol

Mae'r dolenni canlynol yn cynnwys gwybodaeth, arweiniad a deunydd meddwl pellach wrth i chi gynllunio, datblygu a gwella strategaeth marchnata eich prosiect.

---

## Cyfryngau cymdeithasol

**Sut i sefydlu eich tudalen Facebook**

<https://www.facebook.com/business/learn/set-up-facebook-page>

**Sut i sefydlu eich tudalen Twitter**

<https://business.twitter.com/en/basics/create-a-twitter-business-profile.html>

**Sut i sefydlu eich cyfrif Instagram**

<https://businesswales.gov.wales/marketing/topics/online-marketing/get-started-instagram-your-business>

---

## Dylunio graffig

**Cwestiynau cyffredin dylunio**

<http://businesswales.marketinginfohub.co.uk/topics/marketing-strategy/design-faqs>

**Ystyriaethau wrth gyflogi dylunydd**

<http://businesswales.marketinginfohub.co.uk/topics/marketing-strategy/employing-designer>

**Dechrau arni gyda logo**

<https://www.entrepreneur.com/article/71902>

---

## Ffotograffiaeth

**Ble i ddod o hyd i ddelweddau stoc ar gyfer eich prosiect**

<http://www.websitebuilderexpert.com/professional-images-for-your-website/>

**Chwilio am ddelwedd i'w defnyddio a'i phrynu**

<http://www.istockphoto.com/>

**Tynnu lluniau ar gyfer y cyfryngau cymdeithasol gyda'ch ffôn clyfar**

<http://www.godigitalmarketing.com/learn/blog/how-to-take-pro-quality-photos-for-social-media-from-your-smartphone>

---

## Gwefan

**Pam fod gwefan yn bwysig i'ch prosiect**

<https://businesswales.gov.wales/blog/why-having-website-important-small-business>

**Dylunio eich gwefan**

<http://businesswales.marketinginfohub.co.uk/topics/your-website/designing-your-website>

**Sut i ysgrifennu copi gwefan effeithiol**

<https://businesswales.gov.wales/marketing/topics/your-website/write-effective-website-copy>

---

## Marchnata a Chysylltiadau Cyhoeddus

**Sut i gael sylw yn eich cyfryngau lleol**

<http://businesswales.marketinginfohub.co.uk/topics/pr/ten-ways-get-coverage-your-local-media>

**Llunio datganiad effeithiol i'r wasg**

<http://businesswales.marketinginfohub.co.uk/topics/pr/complete-guide-writing-effective-press-release>

**Sut i ddelio â chyhoeddusrwydd gwael**

<http://www.marketingdonut.co.uk/marketing/pr/handling-bad-publicity>

---

## Ysgrifennu copi

**Ysgrifennu copi da**

<http://www.copyblogger.com/good-copywriting>

**Cyflogi rhywun i ysgrifennu copi technegol**

<https://businesswales.gov.wales/marketing/topics/online-marketing/employing-copywriter>

**Awgrymiadau a thriciau ar gyfer ysgrifennu copi**

<http://writtent.com/blog/stuck-writing-35-sure-fire-copywriting-tips-tricks-pros>

---

## Marchnata Ar-lein

**Beth yw SEO a pham y dylech chi ei wneud**

<http://businesswales.marketinginfohub.co.uk/topics/your-website/search-engine-optimisation>

**Canllaw Google AdWords**

<http://businesswales.marketinginfohub.co.uk/topics/ecommerce/guide-google-adwords>

**Sefydlu ymgyrch Google AdWords**

<https://www.google.co.uk/intl/en/adwords/get-started/>

---

## Y Gymraeg

**Defnyddio'r Gymraeg yn eich busnes**

<https://businesswales.gov.wales/blog/news/using-welsh-your-business>

**Adnoddau Comisiynydd y Gymraeg**

<http://www.comisiynyddygyymraeg.cymru/hybu/cy/canllawiau/Pages/canllawiau.aspx>

**Dod o hyd i wasanaethau cyfieithu**

<https://www.cyfieithwycymru.org.uk/cy>

---

## Gwerthuso

**Defnyddio Google Analytics i werthuso llwyddiant ar-lein**

<https://www.google.co.uk/analytics/standard/>

**Defnyddio Twitter analytics**

<https://business.twitter.com/en/analytics.html>

**Elfennau marchnata Facebook**

<https://www.facebook.com/business/learn/facebook-ads-measuring-results/>

[bwyd-food@wales.gsi.gov.uk](mailto:bwyd-food@wales.gsi.gov.uk)

