Twristiaeth Gynaliadwy Cymru

Gwers i o Sir Benfro

Defnyddio cynaliadwyedd yn eich marchnata

Beth yw mantais hyrwyddo cynaliadwyedd?

Mae busnesau twristiaeth ym mhob man wedi sylweddoli bod arferion amgylcheddol da yn arbed arian yn aml iawn, ond mae mwy o fanteision iddynt na hynny. Mae'r busnesau doeth yn gwybod bod modd defnyddio'r arferion hyn i sefyll allan yn amlwg ymysg busnesau eraill a bod yn fwy atyniadol i ymwelwyr.

Mae cynaliadwyedd yn elfen bwysig yng ngwaith marchnata Croeso Sir Benfro, felly aethom ati i ofyn i'r asiantaeth farchnata mr.h rannu rhai o'u hawgrymiadau am y gwersi a ddysgwyd gan Sir Benfro y gallai unrhyw fusnes eu defnyddio.

Mae gwaith ymchwil yn dangos bod nifer gynyddol o ymwelwyr yn ystyried bod cynaliadwyedd yn bwysig. O ganlyniad, maen nhw'n disgwyl i berchenogion busnes eu helpu i gadw eu heffaith ar yr amgylchedd mor fach ag y bo modd. Mae'n gwneud synnwyr felly eich bod yn esbonio i'ch cynulleidfa sut yr ydych yn gwneud hynny eisoes neu, o bosib, pa ymrwymiadau newydd sydd gennych.

Mae pobl yn tueddu i gysylltu arferion eco-gyfeillgar gyda chynnal safonau uchel yn gyffredinol. Felly er bod hyn yn anodd ei fesur, mae'n sicr bod esbonio pa mor eco-gyfeillgar ydych chi'n gwella'r ffordd y mae pobl yn meddwl am eich brand yn gyffredinol. Mae hynny'n golygu y byddent yn barod i dalu prisiau uwch hefyd.

Does dim amheuaeth fod pobl yr un mor awyddus i deithio ar ôl y pandemig ag y buon nhw erioed, ond mae agweddau wedi newid. Mae ymwelwyr yn gwneud dewisiadau mwy gofalus wrth ystyried eu teithiau ac yn fwy ystyriol wrth wneud penderfyniadau. Does wybod beth sydd wedi achosi hynny – efallai eu bod yn deall yn well mor fregus yw ein planed, neu eu bod eisiau mwynhau byd natur sydd heb ei ddifetha. Efallai eu bod yn pryderu am y newid hinsawdd neu efallai fod yr argyfwng ynni wedi eu gwneud yn fwy ystyriol, neu fod pob math o resymau eraill.

Mae hynny ynddo'i hun yn creu cyfle enfawr i fusnesau, ond mae cyfran uchel iawn o'r hyn mae Cymru'n ei chynnig i dwristiaid yn gysylltiedig â natur. Felly, dylai pob busnes yn y sector twristiaeth sy'n fusnes carbon isel yn y bôn, neu sy'n buddsoddi mewn dyfodol cynaliadwy, ystyried manteisio ar y cyfle hwnnw er mwyn cael mantais gystadleuol.

Syniadau da ar sut i lwyddo yn y cyfryngau cymdeithasol

Wrth i chi ymwneud fwyfwy â byd y cyfryngau cymdeithasol, mae'n gallu mynd yn eithriadol gymhleth ond cofiwch ei fod ar gael i bawb a hynny'n rhad ac am ddim. Os anwybyddwch y dirgelion a'r jargon technegol, y cwbl ydy cyfryngau cymdeithasol yw ffordd arall o gyfathrebu â phobl, ac mae'n allweddol eich bod yn cofio hynny. Mae pob un ohonom eisiau cael ein difyrru a chael ein trin fel unigolion, a dim ond am gyfnodau byr y gellir hoelio sylw'r mwyafrif ohonom. Os cadwch chi hynny mewn cof a dilyn canllawiau syml, mae'r cyfryngau cymdeithasol yn hawdd. I gadw'r esboniad hwn yn fyr hefyd, dyma rai awgrymiadau a syniadau cryno.

Nid maint eich busnes sy'n bwysig

Am fod gan fusnesau bach lai o adnoddau, mae'n anochel y bydd ganddynt lai o opsiynau o ran marchnata. Ond mae'r cyfryngau cymdeithasol yn wych am roi'r un cyfleoedd i bob busnes, yn fach a mawr. Os byddwch yn greadigol yn y pethau a ddywedwch ar y sianelau hyn, ac o ran y busnesau neu frandiau eraill y dewiswch weithio â nhw, gallwch drosglwyddo eich negeseuon yn rhad ac yn effeithiol.

Nid cynaliadwyedd yw popeth

Gadewch i ni egluro ar y pwynt yma mai dim ond rhan o'ch cynnig cyfan fydd cynaliadwyedd mae'n debyg. Bydd gan eich darpar gwsmeriaid neu westeion ddiddordebau a gofynion eraill hefyd. Ein hargymhelliad ni yw eich bod yn meddwl am ffyrdd diddorol o wau agweddau o gynaliadwyedd i mewn i'ch stori gyffredinol. Gyda brand fel Croeso Sir Benfro, sydd wedi eiadeiladu o amgylch y syniad o ddiwallu dyheadau corfforol a meddyliol pobl, mae gan gynaliadwyedd ran fawr i'w chwarae yn naturiol.

Beth sy'n taro deuddeg?

Dylech anelu at greu cysylltiad dynol. Felly, hanesion sydd â dimensiwn dynol, neu y gallwch eu dweud mewn ffordd 'ddynol' yw'r rhai mwyaf effeithiol. Er bod mwy o bwys ar achrediadau y dyddiau hyn, ni fydd rhestrau hir yn apelio at bobl. Byddent yn llawer mwy tebygol o fwynhau clywed un stori ar y tro (neu stori sy'n dilyn hanes un prosiect mawr mewn talpiau bach efallai), a byddent yn llawer mwy tebygol o'i chofio.

Cadwch bethau'n gryno

Eich lle chi yw penderfynu sut y byddwch yn dweud eich stori, ond mae lluniau'n fwy grymus na geiriau fel arfer ac mae fideo'n fwy grymus na lluniau llonydd. Yr hyd gorau i fideo ar y cyfryngau cymdeithasol yw rhwng 6 a 15 eiliad. Os yw'n llawer hirach na hynny mae'r gwylwyr yn tueddu i golli diddordeb. Cadwch y testun wrth ymyl y lluniau'n fyr hefyd, a rhowch y neges hanfodol yn y cyflwyniad. Os oes gennych fwy i'w ddweud, rhowch y wybodaeth honno ar eich gwefan. Cofiwch gynnwys dolen.

Byddwch yn gredadwy

Gwnewch yn siŵr bod yr hyn yr ydych yn ei ddweud, neu'n ei honni, yn realistig. Er bod datblygiadau mawr wedi digwydd, mae'r rhan fwyaf o fusnesau ar gamau cyntaf eu taith tuag at ddod yn fwy cynaliadwy. Felly, esboniwch y camau yr ydych yn eu cymryd a manteision y camau hynny i'ch ymwelwyr, y gymuned leol, neu'r amgylchedd yn lleol. Bydd hynny'n taro deuddeg. Does neb yn disgwyl i'w teithiau beidio cael rhywfaint o effaith ar yr amgylchedd, ond mae pobl yn gynyddol amheuol bod busnesau'n camarwain cwsmeriaid gyda'u honiadau gwyrdd. Felly cefnogwch eich honiadau gyda thystiolaeth ffotograffig neu un neu ddau o ystadegau syml.

Cydweithio

Mae gweithio gyda busnesau lleol (neu ddylanwadwyr perthnasol) yn ffordd wych o dynnu sylw cynulleidfaoedd newydd at eich brand, ond gwnewch yn siŵr bod eich partneriaid a'u dilynwyr yn gywir ar gyfer eich brand chi. Yr hyn sy'n allweddol yn hyn o beth yw bod gennych yr un gwerthoedd. Bydd cynulleidfaoedd yn chwilio am y synergedd hwnnw. Os nad yw hynny yno, pam ydych chi'n gwneud hyn? Mae nifer o ffyrdd o gydweithio neu draws-hyrwyddo gyda negeseuon sy'n ymwneud â chynaliadwyedd.

Busnes Cymru | Business Wales

Yr Adnoddau Sydd ar Gael

Mae rhagor o fanylion am y brand Croeso Sir Benfro (ac efallai syniadau eraill hefyd) i'w cael yma:
www.visitpembrokeshire.com/brandtoolkit

Mae'r erthygl hon gan YouGov yn archwilio'r ffactorau sy'n cymell Prydeinwyr i deithio yn 2023, yn cynnwys agweddau tuag at deithio ystyriol:
https://business.yougov.com/content/7975-travel-motivators-great-britain-poll-2023

Rhagor o wybodaeth gan YouGov, yn benodol am bwysigrwydd cynaliadwyedd wrth ddatblygu brand teithio:
https://commercial.yougov.com/rs/464-VHH-988/images/YouGov-Travel-Brand-Destination-Rankings-Report-2022_Final.pdf

Mae adroddiad Cowdriff am gyflwr y cyfryngau cymdeithasol yn 2023 yn cynnwys llawer o wybodaeth ddefnyddiol i frandiau cyrchfan ac, o ganlyniad i hynny, i fusnesau twristiaeth. Gallwch ei lawrlwytho yma:
https://crowdriff.com/resources/ebook-state-social-media-2023/

Mae'r arweiniad hwn gan Hootsuite (rhaglen gynllunio a dadansoddi'r cyfryngau cymdeithasol) yn eich tywys cam wrth gam drwy bopeth y byddwch angen ei wybod am gymryd eich cyfryngau cymdeithasol i lefel broffesiynol:

https://www.hootsuite.com/en-gb/resources/social-media-strategy-guide

Edrychwch ar wefan mr.h i gael rhagor o ysbrydoliaeth ac astudiaethau achos am farchnata teithiau:
www.mrh.london

Am fwy o wybodaeth ag i siarad gydag ymgynghorydd, cysylltwch â Busnes Cymru.
Ffoniowch 03000 6 03000 neu ewch i busnescymru.llyw.cymru

mr.h