

## Trosolwg

Mae'r safon hon yn ymwneud â rheoli hunaniaeth brand ac enw da corfforaethol. Mae'n cynnwys hyrwyddo ymwybyddiaeth o frand a gwneud yn siŵr bod yr holl staff yn deall pwysigrwydd ymddwyn mewn ffyrdd sy'n cyd-fynd â nodweddion a gwerthoedd brand. Rydych yn cymryd camau i reoli adborth am frand ac yn gwneud yn siŵr bod cynlluniau parhad busnes yn adlewyrchu'r angen i reoli'r brand a diogelu enw da'r sefydliad. Rydych hefyd yn casglu gwybodaeth am ffactorau sy'n effeithio ar ganfyddiadau cwsmeriaid o frand, yn addasu delwedd brand yn unol ag adborth, ac yn rheoli adborth negyddol gan gwsmeriaid. Byddwch yn datblygu cynlluniau i hyrwyddo'r brand yn unol â strategaeth farchnata'r sefydliad, gan ddiogelu enw da corfforaethol, Rydych yn gwneud hyn drwy wneud yn siŵr bod canllawiau brand yn cael eu dilyn a monitro'r llwyddiant yn erbyn meini prawf y cytunwyd arnynt. Mae'r safon hon ar gyfer gweithwyr marchnata proffesiynol sy'n rheoli hunaniaeth brand ac enw da corfforaethol.

## Meini prawf perfformiad

### *Rhaid i chi allu:*

1. hyrwyddo ymwybyddiaeth o'r brand drwy gyfathrebu nodweddion a gwerthoedd y brand yn fewnol ac yn allanol
2. cadarnhau dealltwriaeth gweithwyr o nodweddion a gwerthoedd y brand
3. gwneud yn siŵr bod gweithwyr yn ymwybodol o bwysigrwydd ymddwyn mewn ffyrdd sy'n cyd-fynd â nodweddion a gwerthoedd y brand
4. asesu'r risgiau i'r brand a'r enw da corfforaethol a sut caiff y rhain eu lliniaru
5. gwneud yn siŵr bod cynlluniau parhad busnes yn ystyried yr angen i reoli'r brand a diogelu enw da'r sefydliad
6. casglu gwybodaeth ddilys a dibynadwy am ganfyddiadau o'r brand presennol neu'r un arfaethedig
7. cymryd camau i reoli adborth ar y brand
8. casglu gwybodaeth am ffactorau sy'n debygol o effeithio ar ganfyddiadau cwsmeriaid o'r brand arfaethedig
9. asesu dilysrwydd a dibynadwyedd y wybodaeth a gesglir
10. addasu delwedd y brand yn seiliedig ar adborth gan gwsmeriaid a rhanddeiliaid
11. cyfathrebu delwedd y brand i gwsmeriaid
12. monitro'r gwaith o hyrwyddo delwedd y brand a nodi cryfderau a gwendidau'r ddelwedd
13. addasu gweithgareddau hyrwyddo yn unol â chryfderau a gwendidau delwedd y brand
14. rheoli adborth negyddol gan gwsmeriaid sy'n gysylltiedig â'r brand
15. pennu'r camau sy'n dangos nodweddion y brand i gwsmeriaid
16. cyflwyno nodweddion brand i randdeiliaid
17. datblygu cynllun i hyrwyddo'r brand yn unol â strategaeth farchnata'r sefydliad
18. cynnal y safle a ddymunir ar gyfer y brand er mwyn sicrhau'r elw mwyaf posibl ar fuddsoddiad
19. diogelu'r brand, gan sicrhau bod canllawiau brand yn cael eu dilyn
20. monitro delwedd a llwyddiant y brand yn erbyn meini prawf y cytunwyd arnynt
21. defnyddio canlyniadau monitro brand i lywio datblygiad y brand yn y dyfodol
22. dilyn gofynion cyfreithiol, rheoliadol a moesegol cyfredol, codau

ymarfer a pholisïau a gweithdrefnau sefydliadol sy'n ymwneud â  
hunaniaeth brand ac enw da corfforaethol

## Gwybodaeth a dealltwriaeth

*Mae angen i chi wybod a deall:*

1. yr ystod o ddulliau sydd ar gael i hyrwyddo nodweddion brand yn ogystal â'u manteision a'u hanfanteision
2. sut i sicrhau bod yr holl staff yn deall pam mae angen i'w hymddygiad gyd-fynd â nodweddion a gwerthoedd brand
3. sut i asesu'r risgiau i'r brand a'r enw da corfforaethol
4. y ffyrdd o liniaru risgiau i'r brand a'r enw da corfforaethol a'r amgylchiadau lle dylid defnyddio'r rhain
5. y gwahanol ffynonellau sy'n cynnig gwybodaeth ddilys a dibynadwy am ganfyddiadau o'r brand
6. sut i olrhain canfyddiadau o'r brand
7. ffynonellau gwybodaeth am ganfyddiadau cwsmeriaid
8. sut i asesu pa mor ddilys a dibynadwy yw gwybodaeth am ganfyddiadau o'r brand
9. y gwahaniaethau rhwng gofynion cwsmeriaid, eu disgwyliadau, eu boddhad a'u teyrngarwch
10. y dulliau hyrwyddo nodweddion brand a'u manteision a'u hanfanteision
11. yr egwyddorion a'r dulliau brandio a ddefnyddir i hyrwyddo a chynnal enw da corfforaethol
12. rôl hunaniaeth brandio wrth farchnata cynhyrchion a gwasanaethau sefydliadol
13. pwysigrwydd cynnal y safle a ddymunir ar gyfer y brand er mwyn sicrhau'r elw mwyaf posibl ar fuddsoddiad (ROI)
14. yr hyn sy'n cael ei gynnwys mewn canllawiau'r brand a'i rôl wrth ddiogelu'r brand
15. sut i ddatblygu meini prawf i fonitro a gwerthuso llwyddiant y brand a'r enw da corfforaethol
16. y dulliau y gellir eu defnyddio i fonitro llwyddiant brand yn erbyn meini prawf y cytunwyd arnynt
17. y ffyrdd y gall canlyniadau monitro brand lywio camau gweithredu ar gyfer datblygu brand yn y dyfodol
18. y gofynion cyfreithiol, rheoliadol a moesegol presennol, codau ymarfer a pholisïau a gweithdrefnau sefydliadol sy'n ymwneud â hunaniaeth brand ac enw da corfforaethol

## Rheoli hunaniaeth brand ac enw da corfforaethol

<b>Datblygwyd gan</b>	Instructus
<b>Fersiwn rhif</b>	1
<b>Dyddiad cymeradwyo</b>	Chwefror 2021
<b>Indicative Review Date</b>	Mawrth 2026
<b>Dilysrwydd</b>	ArHynOBryd
<b>Statws</b>	Gwreiddiol
<b>Sefydliad cychwynnol</b>	Instructus
<b>RCU gwreiddiol</b>	CFAMAR15
<b>Galwedigaethau perthnasol</b>	Marchnata a Gwerthiant; Rheolwr Marchnata a Gwerthu; Cydymaith Marchnata; Gweithwyr Proffesiynol Cyswllt Marchnata; Swyddog Marchnata
<b>Cyfres/Set</b>	Marchnata
<b>Geiriau Allweddol</b>	Marchnata, gwerthu, rheoli marchnata, ymchwil i'r farchnad, hysbysebu, cysylltiadau cyhoeddus