

Trosolwg

Mae'r safon hon yn ymwneud â datblygu cynlluniau marchnata sefydliadol a'u gweithredu. Mae'n cynnwys dewis gwybodaeth o archwiliadau marchnata a chadarnhau amcanion marchnata. Rydych yn cytuno ar gyllidebau ar gyfer gweithgareddau marchnata ac yn cadarnhau'r dull gweithredu cyffredinol. Rydych yn paratoi cynllun marchnata ac yn sefydlu'r meini prawf ar gyfer gwerthuso llwyddiant y cynllun. Rydych yn nodi adnoddau, gan gymryd cyfrifoldeb am gyflawni'r cynllun, gan wneud addasiadau angenrheidiol yn unol â'r strategaeth farchnata. Rydych hefyd yn nodi arferion da a meysydd i'w gwella. Mae'r safon ar gyfer gweithwyr marchnata proffesiynol sy'n datblygu cynlluniau marchnata sefydliadol a'u gweithredu.

Meini prawf perfformiad

Rhaid i chi allu:

1. dewis gwybodaeth o archwiliadau marchnata
2. cadarnhau amcanion marchnata gyda'r rhai sy'n gwneud penderfyniadau fel y nodir yn y strategaeth farchnata y cytunwyd arni
3. cadarnhau'r gyllideb y cytunwyd arni ar gyfer gweithgarwch marchnata gyda deiliaid cyllidebau
4. nodi a chadarnhau anghenion a nodweddion y cwsmeriaid a dargedir
5. diffinio'r dull cyffredinol o gynnal gweithgareddau marchnata
6. gwerthuso dulliau marchnata posibl sy'n berthnasol i'r marchnadoedd a dargedir a'r gyllideb
7. asesu'r risgiau i gynlluniau marchnata a sut allai'r rhain gael eu lliniaru
8. pennu'r camau gweithredu a'r adnoddau sydd eu hangen i weithredu cynlluniau marchnata
9. rhestru'r meini prawf gwerthuso ar gyfer cynlluniau marchnata
10. gofyn am gyngor ac arweiniad gan ffynonellau arbenigedd mewnol ac allanol
11. nodi'r adnoddau dynol, ffisegol ac ariannol sydd eu hangen i weithredu cynlluniau marchnata,
12. cytuno ar ofynion adnoddau dynol, ffisegol ac ariannol gyda'r rhai sy'n gwneud penderfyniadau
13. paratoi cynllun marchnata sy'n crynhoi dulliau, camau gweithredu, adnoddau, amserlenni, cyllideb a meini prawf
14. sefydlu gweithdrefnau monitro i ddarparu gwybodaeth werthuso
15. ymgynghori â rhanddeiliaid i gasglu adborth
16. diwygio cynlluniau marchnata yn unol ag adborth
17. cytuno ar y cynllun marchnata terfynol gyda'r rhai sy'n gwneud penderfyniadau
18. nodi'r rhanddeiliaid yn y broses weithredu a sicrhau eu hymrwymiad
19. gweithredu cynlluniau marchnata, llywio a dylanwadu ar y broses weithredu i gyflawni'r amcanion y cytunwyd arnynt
20. diwygio'r cynllun marchnata i gyd-fynd â strategaeth farchnata ac anghenion cyffredinol y sefydliad
21. rhoi'r wybodaeth ddiweddaraf i rhanddeiliaid am ddiwygiadau i'r cynllun marchnata a'r effaith ar eu gweithgareddau

22. nodi arferion da o ran marchnata a meysydd i'w gwella wrth weithredu cynlluniau marchnata
23. cyfathrebu arferion da o ran marchnata a'r meysydd i'w gwella i randdeiliaid

Gwybodaeth a dealltwriaeth

Mae angen i chi wybod a deall:

1. y gofynion cyfreithiol, rheoliadol a moesegol presennol, codau ymarfer a pholisïau a gweithdrefnau sefydliadol sy'n ymwneud â datblygu cynlluniau marchnata a'u gweithredu
2. yr hyn sydd wedi'i gynnwys mewn archwiliadau marchnata a sut i ddefnyddio'r wybodaeth hon
3. sut i gadarnhau ac egluro amcanion marchnata gyda'r rhai sy'n gwneud penderfyniadau
4. sut mae amcanion marchnata yn cysylltu â strategaeth farchnata
5. pwysigrwydd gweithio o fewn cyllideb a sut i gadarnhau hyn gyda deiliaid cyllidebau sefydliadol
6. sylfaen cwsmeriaid y sefydliad ar hyn o bryd, a'r un a dargedir, a'u hanghenion a'u disgwyliadau
7. yr ystod o ddulliau marchnata a sut i ddewis y rhai mwyaf priodol ar gyfer y farchnad a dargedir a'r amcanion y cytunwyd arnynt
8. y mathau o risg i'r cynllun marchnata a sut allai'r rhain gael eu lliniaru
9. sut i bennu'r camau gweithredu a'r adnoddau sydd eu hangen i gyflawni amcanion marchnata y cytunwyd arnynt
10. pwysigrwydd nodi adnoddau i gefnogi'r gwaith o weithredu cynlluniau marchnata a chytuno arnynt
11. sut i nodi rhanddeiliaid a'r adnoddau dynol, ffisegol ac ariannol sydd eu hangen i weithredu'r cynllun marchnata
12. y ffynonellau arbenigedd mewnol ac allanol sy'n gallu rhoi cyngor ac arweiniad
13. y meysydd y mae angen eu cynnwys mewn cynllun marchnata a sut i fformatio hyn yn unol â gofynion a chanllawiau sefydliadol
14. sut i ddatblygu trefniadau monitro i olrhain cynnydd yn erbyn cynlluniau gweithredu marchnata
15. y ffyrdd o gasglu gwybodaeth sy'n gallu bod o gymorth i werthuso sut y gweithredir cynlluniau marchnata
16. strwythur a phrosesau busnes eich sefydliad mewn cysylltiad â chynllunio a gweithredu marchnata
17. sut i ddylanwadu ar sut y gweithredir y cynllun marchnata gyda rhanddeiliaid
18. y ffynonellau gwybodaeth ar gyfer datblygu arferion da ym maes marchnata a sut i rannu hyn â chydweithwyr
19. y dulliau monitro gweithrediad y cynllun marchnata a'r

- amgylchiadau pan mae angen addasiadau
20. sut i wneud addasiadau i'r cynllun marchnata yn ystod y broses weithredu a phwy y gellir ymgynghori â nhw
 21. sut i nodi a gwella'r gwaith o ddatblygu a gweithredu cynlluniau marchnata yn eich sefydliad

Datblygu cynlluniau marchnata sefydliadol a'u gweithredu

Datblygwyd gan	Instructus
Fersiwn rhif	1
Dyddiad cymeradwyo	Chwefror 2021
Indicative Review Date	Mawrth 2026
Dilysrwydd	ArHynOBryd
Statws	Gwreiddiol
Sefydliad cychwynnol	Instructus
RCU gwreiddiol	CFAMAR16
Galwedigaethau perthnasol	Marchnata a Gwerthiant; Rheolwr Marchnata a Gwerthu; Cydymaith Marchnata; Gweithwyr Proffesiynol Cyswllt Marchnata; Swyddog Marchnata
Cyfres/Set	Marchnata
Geiriau Allweddol	Marchnata, gwerthu, rheoli marchnata, ymchwil i'r farchnad, hysbysebu, cysylltiadau cyhoeddus