

Trosolwg

Mae'r safon hon yn ymwneud â rhagweld, adolygu a gwerthuso perfformiad gweithgareddau marchnata. Mae'n cynnwys rhagweld, a nodi'r dangosyddion a'r metrigau ar gyfer adolygu a gwerthuso llwyddiant gweithgareddau marchnata. Rydych yn cytuno ar y pwyntiau allweddol pan ddylid monitro gweithgareddau marchnata a chasglu data dilys, dibynadwy a chynhwysfawr. Rydych yn dadansoddi rhesymau dros amrywiadau mewn perfformiad ac yn cymryd camau i fynd i'r afael â nhw. Mae'r safon yn cynnwys sefydlu fframwaith gwerthuso a chytuno arno, methodolegau ac adnoddau, a gwerthuso data ansoddol a meintiol. Rydych hefyd yn asesu effaith gweithgareddau marchnata yn erbyn targedau a mesurau y cytunwyd arnynt ac yn adrodd ar ganfyddiadau eich gwerthusiad. Mae'r safon ar gyfer gweithwyr marchnata proffesiynol sy'n rhagweld, yn adolygu ac yn gwerthuso perfformiad gweithgareddau marchnata.

Meini prawf perfformiad

Rhaid i chi allu:

1. nodi dangosyddion sefydliadol a metrigau ar gyfer gwerthuso llwyddiant gweithgareddau marchnata
2. darparu rhagolygon yn erbyn dangosyddion a metrigau a nodwyd
3. cytuno ar y dangosyddion, y metrigau a'r rhagolygon gyda rhanddeiliaid
4. asesu effaith ffactorau allanol ar berfformiad marchnata
5. gwneud yn siŵr bod y dangosyddion a'r metrigau yn cyfateb i'r canlyniadau marchnata penodol sydd i'w monitro
6. cytuno ar amserlenni a phwyntiau allweddol ar gyfer monitro gweithgareddau marchnata
7. casglu adborth gan rhanddeiliaid
8. adolygu canlyniadau marchnata gan ddefnyddio dangosyddion a metrigau y cytunwyd arnynt
9. nodi rhesymau dros amrywiadau mewn perfformiad a chymryd camau i fynd i'r afael â nhw
10. cytuno ar dargedau a mesurau gwerthuso penodol, realistig a mesuradwy gyda rhanddeiliaid
11. dylunio fframwaith gwerthuso
12. cytuno ar y fethodoleg werthuso fwyaf priodol, ac adnoddau cysylltiedig, gyda rhanddeiliaid
13. casglu data dilys, dibynadwy a chynhwysfawr, gan gynnwys adborth gan rhanddeiliaid
14. defnyddio dulliau y cytunwyd arnynt i werthuso data meintiol ac ansoddol yn erbyn targedau a mesurau y cytunwyd arnynt
15. asesu effaith gweithgareddau marchnata a chanlyniadau yn erbyn targedau a mesurau y cytunwyd arnynt
16. gwerthuso ansawdd, cost-effeithlonrwydd a chost-effeithlonrwydd y gweithgaredd marchnata yn erbyn targedau a mesurau y cytunwyd arnynt
17. adrodd ar ganfyddiadau'r gwerthusiad yn y fformat y cytunwyd arno
18. nodi gwelliannau i lywio gwaith yn y dyfodol
19. amlinellu camau gweithredu yn seiliedig ar ganlyniadau'r gwerthusiad
20. dilyn gofynion cyfreithiol, rheoliadol a moesegol cyfredol, codau ymarfer a pholisïau a gweithdrefnau sefydliadol sy'n ymwneud â rhagweld, adolygu a gwerthuso gweithgareddau marchnata

Gwybodaeth a dealltwriaeth

Mae angen i chi wybod a deall:

1. y dangosyddion a'r metrigau y gellir mesur llwyddiant gweithgareddau marchnata yn eu herbyn
2. yr ystod o ddulliau y gellir eu defnyddio ar gyfer rhagweld a sut i'w dewis
3. y prosesau a'r dulliau sefydliadol ar gyfer rhagweld
4. y ffactorau gwleidyddol, amgylcheddol, cymdeithasol, technolegol, cyfreithiol ac economaidd a allai effeithio ar berfformiad marchnata
5. sut i sicrhau bod y dangosyddion a'r metrigau a ddewiswyd yn cyd-fynd â'r gweithgareddau marchnata
6. sut i bennu'r amserlenni a'r pwyntiau allweddol pan ddylid monitro gweithgareddau marchnata
7. y gwahanol ffynonellau data dilys a dibynadwy a sut mae'r rhain yn cael eu dadansoddi
8. pwysigrwydd data dilys a dibynadwy
9. sut i ddefnyddio dangosyddion a metrigau i adolygu canlyniadau marchnata
10. y camau a allai gael eu cymryd i fynd i'r afael ag amrywiadau mewn perfformiad gan ddilyn canllawiau eich sefydliad
11. yr amgylchiadau pan allai camau i fynd i'r afael ag amrywiadau mewn perfformiad fod yn angenrheidiol
12. yr hyn sydd wedi'i gynnwys mewn fframwaith gwerthuso a sut i ddatblygu hyn
13. y gwahanol ddulliau y gellir eu defnyddio ar gyfer gwerthuso a sut i ddewis y rhai sy'n cyfateb i'r amgylchiadau
14. sut i gymhwyso dulliau gwerthuso
15. y mathau o welliannau y gellir eu nodi drwy werthuso
16. sut i ddefnyddio tystiolaeth werthuso i lywio penderfyniadau am gamau gweithredu pellach
17. pwysigrwydd gwerthuso ansawdd, cost-ffeithiolrwydd a chost-ffeithlonrwydd gweithgareddau marchnata
18. sut i greu cynlluniau gweithredu yn seiliedig ar ganlyniadau'r gwerthusiad
19. y gofynion cyfreithiol, rheoleiddiol a moesegol presennol, codau ymarfer a pholisïau a gweithdrefnau sefydliadol sy'n ymwneud â marchnata

Datblygwyd gan	Instructus
Fersiwn rhif	1
Dyddiad cymeradwyo	Chwefror 2021
Indicative Review Date	Mawrth 2026
Dilysrwydd	ArHynOBryd
Statws	Gwreiddiol
Sefydliad cychwynnol	Instructus
RCU gwreiddiol	CFAMAR26
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