RHOI

Marchnata Integredig, Newid Ymddygiad a Lansio Ymgyrch



AWDURDOD PARC CENEDLAETHOL ERYRI
ERYRI NATIONAL PARK AUTHORITY

www.eryri.llyw.cymru

RHOI

Marchnata Integredig, Newid Ymddygiad a Lansio Ymgyrch

1. Cefndir

Mae Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri am benodi cyflenwr marchnata a chyfathrebu profiadol i ddatblygu a chyflwyno ymgyrch farchnata a newid ymddygiad integredig dwyieithog Cymraeg/Saesneg ar gyfer **RHOI**, menter newydd a gynlluniwyd i annog ymwelwyr a phobl leol i gymryd rhan mewn gweithgareddau sy'n **gwneud daioni amgylcheddol, diwylliannol a chymunedol.**

Mae RHOI wedi cael ei ysbrydoli gan lwyddiant **CopenPay** ac mae'n rhan o'r dull rhyngwladol ehangach DestinationPay. Mae'r egwyddor sylfaenol yn syml: anogir pobl i wneud rhywbeth cadarnhaol ar gyfer y lleoedd maen nhw'n ymweld â nhw ac, yn gyfnewid, derbyn gwobr gan fusnes neu sefydliad sy'n cymryd rhan.

Bydd y rhaglen yn canolbwyntio i ddechrau ar **Y Bala a Betws-y-Coed fel ardaloedd peilot,** gyda'r nod o dyfu ar draws rhanbarth ehangach Eryri dros amser. Bydd gweithgareddau'n cael eu darparu gan amrywiaeth o sefydliadau partner, grwpiau cymunedol, busnesau a sefydliadau eraill. Bydd busnesau sy'n cymryd rhan yn darparu gwobrau i bobl sy'n cwblhau gweithgareddau cymwys.

Mae enghreifftiau o'r mathau o ymddygiad y gallai RHOI eu hannog yn cynnwys dewis trafnidiaeth gyhoeddus, gwirfoddoli, cymryd rhan mewn gweithgareddau casglu sbwriel neu gadwraeth, cefnogi gweithgareddau diwylliannol lleol, dysgu neu ddefnyddio'r Gymraeg, a chymryd rhan mewn gweithgareddau sy'n cyfrannu'n gadarnhaol at gymunedau ac amgylchedd yr ardal.

Nid yw'r rhaglen wedi'i bwriadu i weithredu fel cynllun disgownt na theyrngarwch confensiynol. Rhoddir pwyslais ar annog pobl i wneud dewisiadau cadarnhaol a chymryd rhan mewn gweithgareddau ystyrlon, gyda gwobrau'n darparu cymhelliant ychwanegol.

Felly, dylai'r ymgyrch ganolbwyntio ar **newid ymddygiad yn ogystal â chodi ymwybyddiaeth ac annog pobl i lawrlwytho'r ap.**

Ffordd ddefnyddiol o feddwl am daith y defnyddiwr arfaethedig yw:

GWELD → DEALL → YMUNO → GWEITHREDU → DERBYN GWOBR → RHANNU → AILADRODD

Disgwylir i'r cyflenwr llwyddiannus ddatblygu'r daith hon ymhellach a nodi'r cyfathrebiadau, yr ymyriadau ymddygiadol a'r gweithgaredd marchnata sydd eu hangen ym mhob cam.



2. Y cyfle

Mae RHOI yn rhoi cyfle i gyflwyno twristiaeth gyfrifol mewn ffordd wahanol.

Yn hytrach na dweud wrth bobl beth na ddylent ei wneud, neu gyflwyno cynaliadwyedd fel rhwymedigaeth, bwriad RHOI yw gwneud i ymddygiad cadarnhaol deimlo'n hawdd, yn gymdeithasol, yn werth chweil ac yn bleserus.

Dylai'r ymgyrch helpu i sefydlu cynnig nodedig ar gyfer RHOI, gyda thôn hygyrch a all weithio i ymwelwyr a phobl leol. Mae'r meddwl cychwynnol wedi cynnwys y syniad **"Gwnewch ddaioni er mwyn hwyl",** er y bydd disgwyl i'r cyflenwr penodedig brofi a datblygu'r safle a'r slogan yn hytrach na mabwysiadu'r geiriad hwn yn unig.

Bydd angen i'r ymgyrch weithio ar draws cynulleidfaoedd Cymraeg a Saesneg a dylai deimlo ei bod wedi'i gwreiddio'n ddilys yn Eryri a'r cymunedau (sy'n siarad Cymraeg yn bennaf) y mae'r rhaglen yn gweithredu ynddynt. Ni ddylai deimlo fel ymgyrch dwristiaeth generig gyda'r iaith Gymraeg wedi'i hychwanegu wedyn.

Mae gan Awdurdod y Parc Cenedlaethol eisoes gyfres o asedau ffotograffiaeth a fideo sydd wedi'u datblygu ar gyfer RHOI. Dylai'r cyflenwr penodedig adolygu a gwneud defnydd effeithiol o'r asedau hyn yn hytrach na thybio bod angen cynhyrchiad creadigol cwbl newydd.



3. Amcanion

Y prif amcan yw sefydlu RHOI fel ffordd adnabyddadwy a chymhellol i bobl wneud cyfraniad cadarnhaol wrth ymweld â'r ardaloedd sy'n cymryd rhan neu fyw ynddynt.

Dylai'r ymgyrch:

- feithrin ymwybyddiaeth a dealltwriaeth o RHOI;
- annog pobl i lawrlwytho'r ap a'i ddefnyddio'n weithredol;
- annog pobl i gynllunio a bwcio gweithgareddau cadarnhaol cyn iddynt gyrraedd, lle bo'n briodol;
- cynyddu cyfranogiad mewn gweithgareddau amgylcheddol, diwylliannol a chymunedol;
- annog ymddygiadau sy'n cefnogi twristiaeth gyfrifol ac amcanion y rhaglen;
- creu ymdeimlad o gyfranogiad a momentwm cymdeithasol o amgylch RHOI;
- dangos manteision clir i fusnesau, darparwyr gweithgareddau a chymunedau sy'n cymryd rhan;
- darparu deunyddiau effeithiol ar gyfer recriwtio a chyflwyno partneriaid a busnesau RHOI yn y dyfodol; a
- sefydlu brand a dull cyfathrebu adnabyddadwy a all barhau y tu hwnt i gyfnod cychwynnol yr ymgyrch.

Felly, dylid trin lawrlwythiadau fel **metrig galluogi pwysig yn hytrach na'r diffiniad sylfaenol o lwyddiant.** Mae'r Awdurdod yn arbennig o awyddus i weld tystiolaeth bod yr ymgyrch yn newid ymddygiad ac yn arwain at gyfranogiad ystyrlon.

4. Cwmpas y comisiwn

Mae'r Awdurdod yn chwilio am ymgyrch integredig yn hytrach na gweithgareddau marchnata ar wahân a gyflwynir ar eu pen eu hunain.

Disgwylir i'r cyflenwr penodedig ddatblygu'r strategaeth ymgyrch gyffredinol, y dull creadigol, y calendr marchnata a'r cynllun cyfryngau/gweithgaredd, ac yna cyflawni'r ymgyrch y cytunwyd arni o fewn y gyllideb sydd ar gael.

Disgwylir i'r ymgyrch gael ei chynnal rhwng **mis Chwefror a mis Hydref 2027,** gan gwmpasu'r cyfnod cyn y lansiad, y lansiad ei hun a'r prif dymor gweithredu.

Dylai'r cyflenwr ystyried sut y gall cyfathrebu ddylanwadu ar ymddygiad ar wahanol adegau yn nhaith yr ymwelydd. Er enghraifft, gellir annog rhywun sy'n ystyried ymweld â'r Bala neu Fetws-y-Coed i lawrlwytho'r ap a bwcio gweithgaredd gwirfoddoli cyn teithio. Gellir annog rhywun sydd eisoes yn yr ardal i ddewis gweithgaredd y diwrnod hwnnw. Ar ôl cymryd rhan, gellir eu hannog i rannu eu profiad a chymryd camau cadarnhaol eraill.

Mae ap RHOI ar hyn o bryd yn y cyfnod beta a disgwylir iddo fod yn barod i'w ddefnyddio ar siopau apiau erbyn **mis Mawrth 2027** fan bellaf. Dylai cyflenwyr ystyried hyn wrth gynllunio gweithgareddau cyn y lansiad, yn ystod y lansiad ac yng nghyfnod cynnar yr ymgyrch.

Dylai'r cyflenwr ystyried yr ystod lawn o sianeli priodol, a all gynnwys hysbysebu digidol, cyfryngau cymdeithasol, cysylltiadau cyhoeddus a sylw yn y cyfryngau, gweithgaredd y tu allan i'r cartref, partneriaethau, gweithgaredd dylanwadwyr, digwyddiadau a gweithgaredd o fewn busnesau sy'n cymryd rhan ac mewn lleoliadau poblogaidd ymhlith ymwelwyr.

Cyllideb

Rhaid i gyllideb yr ymgyrch o £35,000 gynnwys yr holl weithgarwch ymgyrch arfaethedig a'r gwariant cysylltiedig, gan gynnwys, lle cynigir, datganiadau i'r wasg a gweithgaredd cysylltiadau cyhoeddus, hysbysebu digidol, gweithgaredd y tu allan i'r cartref, costau dylanwadwyr a'r digwyddiad lansio.

Dylai cyflenwyr ddarparu dyraniad arfaethedig clir o'r gyllideb o £35,000 ac egluro sut y byddent yn sicrhau'r effaith fwyaf posibl. Mae'r Awdurdod yn arbennig o awyddus i weld y cydbwysedd rhwng cyfryngau â thâl, sylw yn y cyfryngau, partneriaethau, gweithgarwch creadigol ac actifadu ymgyrchoedd.

Lle mae cyflenwyr yn cynnig gweithgaredd y tu hwnt i fis Hydref 2027, dylid nodi hyn yn glir. Rhaid gallu anfonebu unrhyw gostau sydd wedi'u cynnwys yn y gyllideb o £35,000 erbyn mis **Hydref 2027 fan bellaf.**

Dylai'r cyflenwr hefyd ddarparu **cynllun marchnata hirdymor** sy'n nodi sut y gellid parhau i hyrwyddo RHOI ar ôl yr ymgyrch gychwynnol. Dylai hyn fod yn seiliedig ar gyllideb marchnata ddangosol uchaf o **£10,000 y flwyddyn** a dylai nodi'r gweithgareddau, y sianeli a'r adnoddau a fyddai'n sicrhau'r gwerth gorau o gyllideb flynyddol gymharol gymedrol.

Disgwylir i'r Awdurdod ymdrin yn fewnol â'r adnoddau parhaus y tu hwnt i fis Hydref 2027, o fewn **cyllideb etifeddiaeth flynyddol o £10,000**, gan ddefnyddio'r templedi a'r deunyddiau a ddatblygwyd gan y cyflenwr yn ystod y comisiwn cychwynnol.



5. Newid ymddygiad

Mae newid ymddygiad yn rhan arbennig o bwysig o'r comisiwn hwn.

Nid dim ond cynyddu argraffiadau neu lawrlwythiadau apiau i'r eithaf y mae'r Awdurdod eisiau. Rydym am ddeall sut y gellir defnyddio marchnata a gwyddor ymddygiad i annog pobl i wneud rhywbeth.

Dylai cyflenwyr ddangos eu profiad o gymhwyso gwyddor ymddygiadol, economeg ymddygiadol neu ddulliau cysylltiedig i farchnata, cyfathrebu, ymddygiad cyhoeddus neu ymgyrchoedd cymdeithasol/amgylcheddol.

Hoffem i gyflenwyr egluro sut y byddent yn mynd ati i gwestiynau fel:

1. Beth sy'n cymell rhywun i ddewis gweithgaredd RHOI?
2. Beth sy'n gwneud i ymddygiad cadarnhaol deimlo'n hawdd ac yn ddeniadol yn hytrach nag yn rhy ddifrifol neu'n feichus?
3. Sut gall cyfathrebu leihau ffrithiant a'i gwneud hi'n haws i rywun gymryd rhan?
4. Sut allwn ni annog pobl i ymrwymo i weithgaredd cyn teithio?
5. Sut gellir defnyddio prawf cymdeithasol, ysgogiadau, gwobrau, hunaniaeth, dwyochredd, cyfleustra ac egwyddorion ymddygiadol eraill yn briodol?
6. Sut gall yr ymgyrch annog cyfranogiad dro ar ôl tro yn hytrach nag rhyngweithio â'r ap unwaith?

Dylai cyflenwyr esbonio'r fframwaith ymddygiadol y byddent yn ei ddefnyddio a sut y byddai hyn yn trosi'n weithgarwch ymgyrchu ymarferol. Mae gennym ddiddordeb arbennig mewn dulliau sy'n dangos dealltwriaeth o'r bwlch rhwng **bwriad a gweithredu.**

Nid oes angen i brofiad fod yn gysylltiedig yn benodol â lansio apiau. Gall profiad o newid ymddygiad yn llwyddiannus mewn meysydd amgylcheddol, twristiaeth, diwylliant, cymunedol, iechyd cyhoeddus, trafnidiaeth, cynaliadwyedd neu feysydd perthnasol eraill fod yr un mor werthfawr.



6. Brand, tôn llais a dull creadigol

Disgwylir i'r cyflenwr a benodir ddatblygu fframwaith brand a chyfathrebu ymarferol ar gyfer RHOI.

Dylai hyn adeiladu ar hunaniaeth, logo, ffotograffiaeth ac asedau fideo presennol RHOI a dylai gynnwys tôn llais clir ar gyfer cyfathrebu yn y Gymraeg a'r Saesneg.

Dylai'r cyflenwr helpu i sefydlu:

- cynnig craidd y brand a'i safle ar gyfer RHOI;
- sloganau allweddol a negeseuon ymgyrch;
- egwyddorion defnyddio'r Gymraeg a'r Saesneg;
- tôn llais a chanllawiau negeseuon;
- canllawiau ar iaith ymddygiadol a galwadau i weithredu;
- cyfeiriad gweledol a chreadigol ar gyfer yr ymgyrch;
- enghreifftiau o sut y dylid defnyddio'r brand ar draws gwahanol sianeli; a
- templedi a chanllawiau ymarferol y gall yr Awdurdod a phartneriaid barhau i'w defnyddio.

Dylai'r llyfr brand sy'n deillio o hyn fod yn ymarferol yn hytrach na dogfen weledol yn unig. Dylai alluogi'r Awdurdod, busnesau a darparwyr gweithgareddau i gyfleu RHOI yn gyson heb fod angen i asiantaeth gynhyrchu pob darn o gynnwys yn y dyfodol.

Byddai'r Awdurdod yn disgwyl ffeiliau y gellir eu golygu/ffynhonnell ar gyfer templedi ac asedau y cytunwyd arnynt.

Bydd eiddo deallusol yn y llyfr brand, templedi, asedau creadigol a phob deunydd arall a gynhyrchir o dan y comisiwn hwn yn eiddo i **Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri.**

Rhaid i bob deunydd ymgyrch fodloni gofynion hygyrchedd a chydymffurfio â Safonau'r Gymraeg, yn ogystal â'r dull dwyieithog a nodir uchod.

Dylai'r dull creadigol fod yn nodedig, yn gadarnhaol ac yn gyfoes. Dylai cyflenwyr esbonio sut y byddent yn gwneud i RHOI deimlo fel rhywbeth y mae pobl eisiau bod yn rhan ohono, yn hytrach na menter twristiaeth gyfrifol arall sy'n dweud wrth ddefnyddwyr sut y dylent ymddwyn.



7. Recriwtio partneriaid a busnesau

Mae RHOI yn dibynnu ar rwydwaith o ddarparwyr gweithgareddau a busnesau.

Felly mae comisiwn yr ymgyrch hefyd yn cynnwys datblygu deunyddiau y gellir eu defnyddio i esbonio RHOI i bartneriaid darpar a'u hannog i ymuno.

Dylai'r deunyddiau hyn gyfleu'r cynnig yn glir i'r ddau:

Darparwyr gweithgareddau, sy'n cynnig gweithgareddau sy'n cyfrannu at amcanion amgylcheddol, diwylliannol neu gymunedol; a

Darparwyr gwobrau, gan gynnwys busnesau sy'n cymryd rhan, sy'n darparu gwobrau i bobl sy'n cwblhau gweithgareddau RHOI.

Dylai'r cyflenwr ystyried pa wybodaeth, negeseuon a deunyddiau ategol sydd eu hangen i wneud y broses ymsefydlu'n syml ac yn ddeniadol.

Dylai hyn gynnwys deunyddiau cyflwyno/ymsefydlu priodol y gall yr Awdurdod eu defnyddio mewn cyfarfodydd, cyflwyniadau, negeseuon e-bost, digwyddiadau ac ymgyrchoedd recriwtio yn y dyfodol.

Dylai'r deunyddiau helpu i ateb y cwestiwn ymarferol: **"Pam y dylai fy sefydliad gymryd rhan?"**

8. Strategaeth farchnata a chalendr ymgyrch

Dylai'r cyflenwr ddatblygu calendr marchnata strategol sy'n cwmpasu'r cyfnod o fis Chwefror i fis Hydref 2027.

Dylai'r calendr ddangos sut mae'r ymgyrch yn datblygu dros amser yn hytrach na thrin y lansiad fel un digwyddiad.

Byddem yn disgwyl i'r cyflenwr ystyried camau penodol megis ymwybyddiaeth a recriwtio cyn lansio, meithrin disgwyliad, lansio, cyfranogiad cynaliadwy, cyfleoedd tymhorol a momentwm ar ôl lansio.

Dylai'r cyflenwr nodi'r amcan allweddol ar gyfer pob cam, y gynulleidfa sy'n cael ei thargedu, yr ymddygiad sy'n cael ei annog, y sianeli sy'n cael eu defnyddio a'r mesurau llwyddiant.

Mae'r Awdurdod yn arbennig o awyddus i weld sut y gall yr ymgyrch gyrraedd pobl cyn iddynt gyrraedd yr ardal, pan fo cyfle o hyd i ddylanwadu ar ddewisiadau trafnidiaeth, archebion gweithgareddau a phenderfyniadau eraill.

Dylai'r ymgyrch hefyd ystyried sut y gall busnesau sy'n cymryd rhan, darparwyr gweithgareddau, sefydliadau lleol a phartneriaid ddod yn rhan o'r rhwydwaith marchnata, gan helpu i ymestyn cyrhaeddiad y tu hwnt i gyfryngau taledig.

9. Cynulleidfa

Y gynulleidfa gychwynnol yw pobl sy'n ymweld â'r **Bala, Betws-y-Coed a'r ardaloedd cyfagos**, neu sy'n ystyried ymweld â nhw, ochr yn ochr â thrigolion a allai gymryd rhan mewn gweithgareddau RHOI. Mae gennym strategaeth wirfoddoli lwyddiannus a gweithlu gwirfoddol gweithredol yn Eryri eisoes, nid dyma ein prif gynulleidfa, er y byddwn yn hyrwyddo'r ap yn fewnol iddynt, er mwyn caniatáu iddynt hwythau elwa ohono.

Dylai'r cyflenwr ddatblygu strategaeth gynulleidfa yn hytrach na thybio y dylid marchnata i bob defnyddiwr yn yr un ffordd.

Dylai hyn ystyried ffactorau megis tarddiad daearyddol, ymddygiad cynllunio teithiau, cymhellion, oedran/cyfnod bywyd, ymddygiad digidol a thuedd i gymryd rhan mewn gweithgareddau amgylcheddol, diwylliannol neu gymunedol.

Byddem yn disgwyl i'r ymgyrch gyrraedd pobl **yn rhanbarthol ac yn genedlaethol,** gyda'r cyflenwr yn nodi'r cynulleidfaoedd a'r marchnadoedd daearyddol lle mae buddsoddiad marchnata yn fwyaf tebygol o drosi'n gyfranogiad ystyrlon.

10. Lansio

Disgwylir i'r cyflenwr ddatblygu cysyniad lansio a gweithrediad sy'n rhoi cyflwyniad cyhoeddus cryf i RHOI.

Nid oes angen i'r lansiad fod yn ddigwyddiad traddodiadol mawr o reidrwydd. Dylai cyflenwyr ystyried pa fath o lansiad fyddai'n creu'r ymwybyddiaeth a'r cyfranogiad mwyaf, ac yn denu'r sylw mwyaf yn y cyfryngau o fewn y gyllideb sydd ar gael.

Dylai'r lansiad ddangos beth yw RHOI yn hytrach na dim ond cyhoeddi bod ap yn bodoli.

Dylai cyflenwyr esbonio sut y byddent yn defnyddio'r lansiad i gynhyrchu cynnwys, annog cyfranogiad ar unwaith, cynnwys partneriaid lleol a chreu momentwm y gellir ei gynnal ar ôl y cyfnod lansio.

11. Mesur a Dangosyddion Perfformiad Allweddol

Dylai cyflenwyr gynnig fframwaith mesur sy'n gwahaniaethu rhwng ymwybyddiaeth, ymgysylltiad, ymddygiad a chanlyniadau tymor hwy.

Byddem yn disgwyl i hyn fynd y tu hwnt i fetrigau hysbysebu confensiynol.

Gallai'r mesurau dangosol gynnwys ymwybyddiaeth a chyrhaeddiad, traffig i'r wefan/ap, lawrlwythiadau a chofrestriadau i'r ap, nifer y bobl sy'n gweld ac yn archebu gweithgareddau, nifer y gweithgareddau a gwblhawyd, nifer y gwobrau a hawliwyd, cyfranogiad dro ar ôl tro, ymgysylltiad cyn cyrraedd a'r cyfranogiad a gynhyrchir drwy wahanol sianeli ymgyrchu.

Dylai'r cyflenwr hefyd gynnig ffyrdd o fesur newid ymddygiad a deall ble mae defnyddwyr yn rhoi'r gorau i'r daith arfaethedig.

Er enghraifft, os yw 10,000 o bobl yn lawrlwytho'r ap ond dim ond 500 yn ymgymryd â gweithgaredd, ni ddylid ystyried hyn yn ymgyrch lwyddiannus yn awtomatig. I'r gwrthwyneb, gall ymgyrch sy'n cynhyrchu llai o lawrlwythiadau, ond cyfranogiad sylweddol uwch, ddarparu gwerth mwy.

Dylai cyflenwyr esbonio:

- **Pa ddangosyddion perfformiad allweddol fyddech chi'n eu mesur?**
- **Sut fyddech chi'n gwahaniaethu rhwng ymwybyddiaeth, ymgysylltiad a newid ymddygiad gwirioneddol?**
- **Sut fyddech chi'n priodoli gweithgaredd i wahanol elfennau'r ymgyrch?**
- **Sut olwg fyddai ar lwyddiant erbyn mis Hydref 2027?**
- **Pa ddata fyddai ei angen arnoch gan yr Awdurdod a datblygwyr yr ap i fesur hyn yn effeithiol?**

Lle mae meincnodau ystyrlon yn bodoli, dylai cyflenwyr eu darparu.

12. Cyllideb

Cyfanswm y gyllideb sydd ar gael ar gyfer y comisiwn cychwynnol yw **£35,000.**

Dylai cyflenwyr ddarparu cyllideb arfaethedig dryloyw sy'n dangos sut y byddent yn defnyddio'r swm hwn a'r rhesymeg dros ei ddyraniad.

Nid yw'r Awdurdod yn rhagnodi sut y dylid rhannu'r gyllideb. Rydym am i gyflenwyr ddangos ble maen nhw'n credu y bydd buddsoddiad yn cael yr effaith fwyaf.

Dylai'r gyllideb gynnwys yr holl wariant ymgyrch arfaethedig, gan gynnwys gweithgaredd asiantaethau a, lle bo'n berthnasol, cyfryngau â thâl, gweithgaredd dylanwadwyr, cysylltiadau cyhoeddus, hysbysebu y tu allan i'r cartref, gweithgaredd lansio a chostau ymgyrch cysylltiedig.

Dylai cyflenwyr nodi unrhyw dybiaethau a wneir am gostau cyfryngau, costau cynhyrchu neu wariant trydydd parti.

Byddem yn croesawu'n arbennig gynigion sy'n dangos sut y gellir ymestyn effaith cyllideb gymharol fach drwy bartneriaethau, sylw yn y cyfryngau, cyfranogiad cymunedol, asedau presennol a gweithgarwch cost isel ond effaith uchel arall.

Rhoddir blaenoriaeth i ddull amgylcheddol gyfrifol wrth gyflwyno'r ymgyrch. Dylai cyflenwyr ddarparu naill ai cynllun lleihau carbon eu sefydliad, neu ragolwg o'r allyriadau y disgwylir iddynt gael eu cynhyrchu wrth gyflwyno'r ymgyrch arfaethedig.

13. Profiad a phortffolio cyflenwyr

Dylai cyflenwyr ddarparu enghreifftiau perthnasol o waith blaenorol sy'n dangos eu gallu i gyflwyno ymgyrchoedd integredig a dylanwadu ar ymddygiad.

Nid yw profiad o lansio apiau yn hanfodol.

Mae profiad amlwg o ymgyrchoedd sydd wedi llwyddo i annog pobl i weithredu o bwys mawr, yn enwedig lle mae'r ymddygiad a ddymunir yn cynnwys canlyniadau amgylcheddol, diwylliannol, cymunedol, twristiaeth, trafnidiaeth neu ganlyniadau eraill er budd y cyhoedd.

Dylai enghreifftiau esbonio'r her, y dull a gymerwyd, y fewnwelediad ymddygiadol sy'n sail i'r gwaith, y sianeli a ddefnyddir a'r canlyniadau mesuradwy a gyflawnwyd.

Dylai cyflenwyr ddarparu o leiaf **2 astudiaeth achos,** ac uchafswm o **5.**

Mae gennym ddiddordeb arbennig mewn tystiolaeth o ymgyrchoedd lle roedd yn rhaid i'r cyflenwr symud cynulleidfaoedd o **ymwybyddiaeth i weithredu,** yn hytrach na dim ond creu amlygiad.

14. Y dull arfaethedig ac ymateb tendr

Dylai cyflenwyr ymateb i'r briff drwy nodi sut y byddent yn mynd ati i gyflawni'r comisiwn.

Fel rhan o'u hymateb, dylai cyflenwyr ddarparu amlinelliad cryno o'u dull arfaethedig o ymdrin â'r canlynol:

Defnyddwyr RHOI

Strategaeth: Sut fyddech chi'n lleoli RHOI a beth fyddai eich strategaeth ymgyrch gyffredinol?

Newid ymddygiad: Pa wyddoniaeth ymddygiadol neu ddull arall sy'n seiliedig ar dystiolaeth fyddech chi'n ei ddefnyddio i annog cyfranogiad ac ailadrodd ymddygiad?

Creadigol: Beth fyddai golwg, teimlad a thôn yr ymgyrch? Sut fyddech chi'n adeiladu ar asedau RHOI presennol?

Cynulleidfa: Pwy fyddech chi'n blaenoriaethu a pham?

Calendr marchnata: Beth fyddai'r camau a'r amcanion allweddol o fis Chwefror i fis Hydref 2027?

Cyllideb: Sut fyddech chi'n defnyddio'r £35,000 a pham?

Mesur: Pa ddangosyddion perfformiad allweddol fyddech chi'n eu defnyddio a sut fyddech chi'n mesur newid ymddygiad gwirioneddol?

Cyrhaeddiad: Pa lefel o gyrhaeddiad rhanbarthol a chenedlaethol fyddech chi'n disgwyl ei chyflawni o'r buddsoddiad arfaethedig, a pha dybiaethau sy'n sail i hyn?

Lansio: Beth fyddech chi'n ei flaenoriaethu ar gyfer y lansiad a pham?

Partneriaethau: Sut fyddech chi'n defnyddio busnesau sy'n cymryd rhan, darparwyr gweithgareddau a phartneriaid eraill i ymestyn yr ymgyrch?

Etifeddiaeth: Sut fyddech chi'n cynnal momentwm ar ôl Hydref 2027 gyda chyllideb farchnata flynyddol uchaf o £10,000?

Profiad: Pa enghreifftiau perthnasol sy'n dangos eich gallu i gyflawni'r math hwn o waith?

Byddai'r Awdurdod hefyd yn croesawu crynodeb o'r hyn y mae'r cyflenwr yn credu **na ddylid** ei flaenoriaethu. O ystyried y gyllideb sydd ar gael, rydym yn chwilio am gyflenwyr a all wneud dewisiadau strategol clir yn hytrach na cheisio cyflawni pob sianel farchnata bosibl.

Bydd y darparwr penodedig yn gyfrifol am sicrhau bod yr holl gopi a ddefnyddir mewn deunyddiau marchnata, hyrwyddo a golygyddol yn cyd-fynd â diffiniadau cyfreithiol, a bod fframio 'gwirfoddoli' a 'gwobrwyo' yn cydymffurfio â deddfwriaeth cyflogaeth y DU.

15. Prif gyflawniadau

Cytunir ar y cwmpas terfynol gyda'r cyflenwr llwyddiannus, ond disgwylir iddo gynnwys strategaeth farchnata a newid ymddygiad integredig, calendr ymgyrch, dull creadigol a negeseuon dwyieithog, tôn llais a llyfr brand ymarferol, strategaeth lansio a'i rhoi ar waith, gweithgaredd ymgyrch digidol ac ehangach gan gynnwys ysgrifennu copi, gweithgaredd cysylltiadau cyhoeddus a sylw yn y cyfryngau, dull dylanwadwyr lle bo'n briodol, deunyddiau cyflwyno ac ymsefydlu ar gyfer partneriaid a busnesau, fframwaith ar gyfer mesur ac adrodd ar ymgyrchoedd, a chynllun marchnata hirdymor ar gyfer y cyfnod y tu hwnt i fis Hydref 2027.

Dylid cyflenwi'r holl ddeunyddiau ymgyrch y cytunwyd arnynt mewn fformatau golygadwy priodol er mwyn galluogi Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri a'i bartneriaid i barhau i'w defnyddio.

16. Amserlen ddangosol a cherrig milltir

Dylai'r cyflenwr gynnig amserlen gyflenwi fanwl fel rhan o'u hymateb.

Fel gofyniad sylfaenol, mae'r Awdurdod yn rhagweld y camau eang canlynol:

Chwefror 2027: cyfnod sefydlu, mewnwelediadau am y gynulleidfa ac ymddygiad, a chwblhau'r gwaith o fireinio'r safle a'r strategaeth ymgyrchu.

Parhaus: cyfarfodydd bob pythefnos gyda thîm y prosiect i'w diweddaru ar y cynnydd.

Chwefror-Mawrth 2027: datblygu creadigol, deunyddiau partneriaid, cyfathrebu cyn paratoi at lansio'r ymgyrch.

Pasg 2027: Lansio RHOI a gweithrediad cychwynnol yr ymgyrch.

Ebrill-Hydref 2027: marchnata cynaliadwy, ymgysylltu â'r gynulleidfa, cyfranogiad mewn gweithgareddau, cysylltiadau cyhoeddus, ehangu partneriaethau, optimeiddio a mesur.

Hydref 2027: adrodd terfynol ar yr ymgyrch, gwerthuso a chynllunio hirdymor.

Dylai'r cyflenwr nodi pwyntiau penderfynu allweddol, cymeradwyaethau a dibyniaethau, gan gynnwys unrhyw wybodaeth neu fynediad sydd ei angen gan yr Awdurdod, datblygwyr apiau neu bartneriaid rhaglenni.

Bydd y cyflenwr llwyddiannus yn adrodd i dîm prosiect RHOI, gyda'r Rheolwr Prosiect a bwrdd y prosiect yn cymeradwyo'r gwaith creadigol.

Dylai cyflenwyr ddarparu **cofrestr risg** fel rhan o'u hymateb, gan nodi risgiau cyflawni allweddol (er enghraifft, parodrwydd yr ap, recriwtio partneriaid neu weithgarwch lansio sy'n ddibynnol ar y tywydd) a lliniaru arfaethedig.



17. Ynglŷn â RHOI

Mae RHOI yn cael ei ddatblygu a'i reoli gan **Awdurdod Parc Cenedlaethol Eryri,** gan weithio gyda rhwydwaith o sefydliadau ledled y rhanbarth.

Mae'r rhaglen yn dwyn ynghyd ddarparwyr gweithgareddau, sefydliadau cymunedol a busnesau o amgylch amcan cyffredin: annog pobl i wneud rhywbeth cadarnhaol dros yr amgylchedd, diwylliant a chymunedau'r ardal.

Mae'r ap yn darparu mecanwaith i bobl ddarganfod ac ymgysylltu â'r gweithgareddau hyn, gyda busnesau sy'n cymryd rhan yn cynnig gwobrau yn gyfnewid am gamau cadarnhaol.

Yr uchelgais yw i RHOI ddod yn fodel adnabyddadwy a graddadwy ar gyfer ymddygiad cadarnhaol defnyddwyr, gan ddechrau yn Y Bala a Betws-y-Coed ac o bosibl ehangu ymhellach dros amser.

Felly, ni fydd y cyflenwr llwyddiannus yn marchnata ap yn unig. Byddant yn helpu i sefydlu'r **cynnig RHOI, y model newid ymddygiad a'r hunaniaeth gyhoeddus** yn ystod ei gyfnod ffurfiannol.

18. Yr hyn yr ydym yn chwilio amdano

Rydym yn chwilio am gyflenwr a all gyfuno meddwl strategol â chyflenwi ymarferol.

Bydd angen i'r sefydliad llwyddiannus ddeall marchnata, cyfathrebu a'r cyfryngau, ond hefyd ddeall pam mae pobl yn ymddwyn fel maen nhw'n ei wneud a sut y gall ymgyrchoedd symud pobl o fwriad i weithredu.

Rydym am weld ymgyrch sy'n berthnasol i'r bobl a'r lleoedd dan sylw, sy'n gweithio'n naturiol yn y Gymraeg a'r Saesneg, sy'n gwneud defnydd deallus o asedau a phartneriaethau presennol, ac sy'n defnyddio'r £35,000 sydd ar gael mor effeithiol â phosibl.

Yn bwysicaf oll, rydyn ni eisiau deall **sut fyddech chi'n gwneud i bobl eisiau cymryd rhan.**

Gwnewch ddaioni er mwyn hwyl. Cewch rywbeth yn ôl.

Maen prawf	Pwysoli	Yr hyn rydych chi'n ei asesu
Ansawdd y dull a'r strategaeth arfaethedig	**20%**	Dealltwriaeth o RHOI, yr her, cynulleidfaoedd, lleoli a strategaeth ymgyrch gyffredinol
Dull newid ymddygiad	**20%**	Dealltwriaeth a chymhwyso gwyddor ymddygiadol yn ymarferol; y gallu i symud pobl o ymwybyddiaeth i weithredu a chyfranogiad dro ar ôl tro
Dull creadigol, brand a chyfathrebu dwyieithog	**15%**	Ansawdd a nodedigrwydd yr edrychiad a'r teimlad arfaethedig, y tôn llais, y dull Cymraeg/Saesneg, y negeseuon a'r defnydd o asedau presennol
Cynllun marchnata, sianeli a chyrhaeddiad cynulleidfa	**15%**	Cryfder calendr yr ymgyrch, cymysgedd y sianeli, cyrhaeddiad rhanbarthol/cenedlaethol, ymgysylltiad cyn cyrraedd a defnydd o bartneriaid/sylw yn y cyfryngau
Cyllideb a gwerth am arian	**10%**	Pa mor ddeallus y mae'r £35k wedi'i ddyrannu, cyfiawnhad dros wariant, ymhelaethiad posibl a dealltwriaeth o gostau cyfryngau/lansio
Mesur a dangosyddion perfformiad allweddol	**10%**	Ansawdd y fframwaith mesur arfaethedig, yn enwedig mesur cyfranogiad ac ymddygiad yn hytrach na lawrlwythiadau yn unig
Profiad a gallu perthnasol	**10%**	Tystiolaeth o gyflwyno ymgyrchoedd newid ymddygiad, amgylcheddol, twristiaeth, cymunedol neu fuddiant cyhoeddus cymharol. Tystiolaeth o ddull cyflwyno sy'n ymwybodol o'r amgylchedd a chynllun lleihau carbon sefydliadol.



19. Proses dendro, cyflwyno a dyddiadau allweddol

Y dyddiad cau ar gyfer cyflwyno tendrau yw 12pm ar **30 Tachwedd 2026, trwy'r cyflwyniad tendr electronig ar GwerthwchiGymru.** Disgwylir i'r cyflenwr llwyddiannus gael ei ddewis erbyn **7 Rhagfyr 2026.**

Dylid darparu cyflwyniadau naill ai fel pecyn PowerPoint neu ddogfen Word, yn dibynnu ar ddull dewisol y cyflenwr o gyflwyno gwaith creadigol.

Dylid cyfeirio cwestiynau ynghylch y tendr hwn at y pwynt cyswllt i gael rhagor o wybodaeth: **alec.young@eryri.llyw.cymru.**