Papur y Bwrdd

7 Gorffennaf 2016

Teitl y papur:	**Cynllun Marchnata a Chyfathrebu 2016/17**
Cyfeirnod y papur:	**NRW B B 43.16**
Paratowyd y papur gan:	**Catherine Smith**
Cyflwynwyd y papur gan:	Catrin Hornung

Diben y papur:	**Penderfyniad**
Argymhellion:	• Dylid cymeradwyo'r Cynllun Marchnata a Chyfathrebu ar gyfer 2016/17. • Dylid cymeradwyo'r broses adrodd a amlinellir yn y papur

Effaith: Dylid nodi na fydd pob pennawd efallai'n berthnasol i'r pwnc	Mae'r blaenoriaethau o ran cyfathrebu wedi'u datblygu i adlewyrchu'r nodau llesiant ac i helpu i sicrhau bod Cyfoeth Naturiol Cymru yn cyfrannu cymaint ag sy'n bosibl at gyflawni'r nodau hynny. **Ystyried yr <u>hirdymor</u>:** Byddwn yn dibynnu mwyfwy ar ddirnadaeth *(insight)* i helpu i ddatblygu ymgyrchoedd a sicrhau ein bod yn cynllunio ymhellach i'r dyfodol. Bydd yr ymgyrchoedd yn cyfrannu at sicrhau canlyniadau hirdymor i Cyfoeth Naturiol Cymru, yn unol â blaenoriaethau. **Gweithredu mewn modd <u>integredig</u>:** 1. Mae'r blaenoriaethau o ran cyfathrebu'n gweithio mewn modd integredig a chaiff yr holl ymgyrchoedd

	eu datblygu i sicrhau eu bod yn gorgyffwrdd â'i gilydd lle bynnag y bo hynny'n bosibl 2. Caiff yr ymgyrchoedd eu gweithredu mewn modd integredig 3. Mae egwyddorion a dulliau gweithredu sy'n ymwneud â Rheoli Adnoddau Naturiol yn Gynaliadwy bellach yn cael eu cynnwys yn ein holl negeseuon allweddol a'n ffordd o weithio. **Cynnwys <u>amrywiaeth</u> o'r boblogaeth:** Bydd yr holl ymgyrchoedd yn glir ynghylch y gynulleidfa darged, a bydd hynny'n dibynnu ar amcanion/canlyniadau'r busnes a'r ymgyrch. **Gweithio mewn modd <u>cydweithredol</u>:** Rydym wedi datblygu'r cynllun hwn gyda chydweithwyr o bob rhan o'r busnes, gan ganolbwyntio ar feysydd lle y gall cyfathrebu ychwanegu'r gwerth mwyaf a chael yr effaith fwyaf o ran cyflawni canlyniadau'r cynllun busnes. Rydym eisoes yn gweithio â phartneriaid mewn modd mwy cydweithredol wrth ddatblygu ymgyrchoedd, gan chwilio am amcanion cyffredin a mynd ati'n rhagweithiol i ymgysylltu â phartneriaid posibl o'r sector cyhoeddus, y sector preifat a'r trydydd sector. **<u>Atal</u> problemau rhag digwydd:** Bydd llawer o'r ymgyrchoedd yn ceisio sicrhau newid mewn ymddygiad er mwyn atal problemau rhag codi yn y lle cyntaf, drwy annog gwell ymarfer – e.e. lleihau troseddau amgylcheddol, hybu arferion ffermio da, neu hybu gwneud gwell defnydd o natur i wella iechyd, yn ogystal â lleihau galw y gellir ei osgoi drwy hyrwyddo gwasanaethau'n well.

<u>Mater</u>

1. Diben y papur hwn yw cyflwyno'r Cynllun Marchnata a Chyfathrebu ar gyfer 16/17, sy'n amlinellu'r ymgyrchoedd cyfathrebu a marchnata a fydd yn cael eu cynnal i gefnogi blaenoriaethau busnes (a gymerwyd o Gynllun Busnes 2016/17) ar gyfer y 12 mis nesaf. Mae'r dull gweithredu hwn hefyd yn cryfhau'r broses o sicrhau bod gweithgarwch marchnata a chyfathrebu yn cyd-fynd â'r broses o symud Map Ffordd Cyfoeth Naturiol Cymru yn ei flaen a'r broses o amlygu ein diben, ein gweledigaeth a'n gwerthoedd, ac mae'n parhau i adeiladu cydberthynas staff a chynulleidfaoedd eraill â'r elfennau hynny.

2. Mae'r cynllun yn canolbwyntio ar y meysydd lle gall cyfathrebu gael yr effaith fwyaf ar gyflawni canlyniadau'r cynllun busnes. Mae hefyd yn sicrhau am y tro cyntaf bod gan y Cyfarwyddwr Cysylltiadau Allanol a Chyfathrebu drosolwg cynhwysfawr o holl brosesau marchnata a chyfathrebu Cyfoeth Naturiol Cymru. Bydd hynny'n gosod y sylfaen ar gyfer rhoi mwy o ystyriaeth ymlaen llaw i ofynion marchnata a chyfathrebu ar ddechrau'r cylch

nesaf o waith Cynllunio Corfforaethol, a bydd yn sicrhau bod y busnes yn barod i weithio mewn ffordd newydd i gyflawni'r hyn y mae angen ei gyflawni.

Cefndir

3. Cafodd yr argymhellion canlynol eu cymeradwyo yn yr adolygiad o waith marchnata a chyfathrebu a gynhaliwyd yn 2015:

- **Dylid creu un cynllun marchnata a chyfathrebu ar gyfer Cyfoeth Naturiol Cymru**, gan ddod â'r holl weithgarwch marchnata a chyfathrebu sy'n digwydd ar draws y sefydliad ynghyd **dan un cynllun a chyfres o ymgyrchoedd.**
- **Dylid dilyn yr egwyddor o gydweithio fel tîm rhithwir a rhannu adnoddau** i gyflawni'r cynllun
- **Dylid adrodd yn rheolaidd ynghylch y cynnydd a wneir i'r Tîm Gweithredol a'r Bwrdd**

4. Ers hynny rydym wedi gweithio gyda phobl ar draws y busnes i greu rhestr o ymgyrchoedd cyfathrebu a marchnata sy'n cyflawni ar sail ein chwe blaenoriaeth o ran cyfathrebu a ddatblygwyd i adlewyrchu diben, gweledigaeth a gwerthoedd Cyfoeth Naturiol Cymru a'r fframwaith deddfwriaethol newydd, sy'n cynnwys y Nodau Llesiant.

5. Daeth yr adolygiad i'r casgliad canlynol:

- Ceir gweithgarwch o ran marchnata a chyfathrebu mewn sawl rhan o'r busnes, y tu allan i'r Gyfarwyddiaeth Cysylltiadau Allanol a Chyfathrebu.
- Ni chafwyd trosolwg cynhwysfawr o'r holl weithgarwch marchnata a chyfathrebu cyn hyn.
- Dim ond gweithgarwch y Gyfarwyddiaeth Cysylltiadau Allanol a Chyfathrebu yr adroddir wrth y Tîm Gweithredol a'r Bwrdd yn ei gylch yn rheolaidd.
- Mae'r gweithgarwch digyswllt yn golygu y ceir diffyg ffocws a thebygolrwydd cryf nad yw Cyfoeth Naturiol Cymru yn cael gwerth am arian am yn agos at £1 miliwn o wariant (dim ond £100,000 o'r swm hwn gaiff ei wario gan y Gyfarwyddiaeth Cysylltiadau Allanol a Chyfathrebu).

6. Ystyriwyd opsiwn ar gyfer crynhoi adnoddau yn y tîm cyfathrebu canolog er mwyn darparu swyddogaeth ganolog ar gyfer cyfathrebu a marchnata. Fodd bynnag, mae'r staff sydd ynghlwm â'r gwaith yn aml yn arbenigwyr mewn meysydd eraill, ac yn rhan annatod o'r busnes, felly byddai'n anodd didoli'r gweithgarwch hwn ar hyn o bryd. Yr hyn sy'n bwysicach na strwythurau yw sefydlu un set o flaenoriaethau ac un cynllun a chydweithio i gyflawni'r blaenoriaethau hynny.

Cynllun Marchnata a Chyfathrebu 2016/17

7. Mae'r **Cynllun Marchnata a Chyfathrebu** (Atodiad 1) yn egluro'r prif ymgyrchoedd cyfathrebu y bydd Cyfoeth Naturiol Cymru yn eu cynnal yn 2016/17 o fewn fframwaith ein chwe blaenoriaeth o ran cyfathrebu. Mae wedi canolbwyntio ar y meysydd hynny yng nghynllun busnes Cyfoeth Naturiol Cymru **lle gall gweithgarwch cyfathrebu ychwanegu'r gwerth mwyaf at gyflawni amcanion y busnes**, ac fe'i datblygwyd ar y cyd â'r sawl sy'n ymgymryd â pheth gwaith marchnata a chyfathrebu ar draws y sefydliad.

8. Mae'r chwe blaenoriaeth o ran cyfathrebu fel a ganlyn:

- Gwerth natur
- Gofalu am ein cymunedau
- Amgylchedd sy’n ffynnu, sy’n sail i lwyddiant economaidd
- Mwynhau’r awyr agored
- Diogelu anghenion cenedlaethau’r dyfodol
- Creu sefydliad gwell a lle gwych i weithio ynddo

9. Caiff y blaenoriaethau hyn eu hintegreiddio, a lle bynnag y bo’n bosibl bydd yr ymgyrchoedd yn gweithio ar draws mwy nag un flaenoriaeth. Er y byddant yn gweithio fel ymgyrchoedd annibynnol, gyda’i gilydd byddant yn helpu i **ddadlau’r achos dros reoli adnoddau naturiol yn gynaliadwy a dangos sut y mae Cyfoeth Naturiol Cymru yn cyflawni yn erbyn ein Map Ffordd i 2020, gan ddatblygu ymwybyddiaeth o’r brand, enw da ac ymddiriedaeth/teyrngarwch.**

10. Eleni byddwn yn ceisio sicrhau bod yr holl ymgyrchoedd yn **fwy seiliedig ar dreiddgarwch, yn cael eu gyrru gan dechnoleg ddigidol, yn cael eu gwerthuso’n gadarn** ac yn cael eu datblygu **mewn cydweithrediad â phartneriaid** er mwyn cael **mwy o effaith a bod yn fwy cost-effeithiol.**

11. Bydd yr ymgyrchoedd yr un mor berthnasol i gynulleidfaoedd mewnol ac allanol, a bydd yn bwysig ennyn cefnogaeth a’r elfen o eiriolaeth ymysg staff Cyfoeth Naturiol Cymru er mwyn cynyddu’r lefel o eiriolaeth dros yr ymgyrchoedd a grymuso 1800 o lysgenhadon posibl. **Wrth ymgysylltu â staff, bydd yn bwysig sicrhau eu bod yn deall sut y mae’r cynllun hwn yn ein symud yn ein blaen o ran gwireddu gweledigaeth ein Map Ffordd a chysylltu eu gwaith â’n cenhadaeth a’n diben fel sefydliad.**

12. Caiff ymgyrchoedd eu datblygu gan ddefnyddio arfer gorau’r diwydiant o Wasanaeth Cyfathrebu’r Llywodraeth (model OASIS – gweler atodiad 2)

13. Rydym yn cydnabod bod y cynllun hwn yn or-uchelgeisiol o ystyried yr adnoddau sydd gennym. Gyda gwell cysylltiad rhwng y cynllun corfforaethol, y cynllun busnes a’r cynllun cyfathrebu a marchnata, bydd cyfle gennym i sicrhau bod mwy o ffocws i’n gwaith a bod ein gwaith wedi’i symleiddio mwy, ar ôl dysgu hefyd o well dirnadaeth o’r gynulleidfa a gwell dealltwriaeth o effaith.

14. Mae amserlen wedi’i chreu ar gyfer y cynllun ar gyfer y 12 mis nesaf. Dyma’r ymgyrchoedd a fydd yn cael eu cyflawni neu’u cynllunio ar gyfer mis Mehefin, Gorffennaf ac Awst:

- Iechyd planhigion a phlanhigion estron (ffocws yn y flwyddyn gyntaf: iechyd coed ‘Keep it clean’)
- Blwyddyn Antur (i gefnogi Croeso Cymru)
- Arferion ffermio da (ffocws cam un: adnewyddu’r eithriad gwastraff amaethyddol)
- Yn gofalu am... safleoedd arbennig (ffocws yn y flwyddyn gyntaf: Gwarchodfeydd Natur Cenedlaethol)
- Caru Peilliaid (i gefnogi cynllun pryfed peillio Llywodraeth Cymru)
- Rheoli Adnoddau Naturiol yn Gynaliadwy (cefnogi’r broses o wneud hynny’n rhan annatod o’n ffordd o weithio, beth sy’n wahanol – ond caiff negeseuon allweddol

ynghylch Rheoli Adnoddau Naturiol yn Gynaliadwy eu hymgorffori ar draws pob ymgyrch)
- Adrodd am ddigwyddiadau (newidiadau i'r llinell gymorth digwyddiadau)
- Gofalu am… bysgod/bywyd yr afon
- Sicrhau bod Cyfoeth Naturiol Cymru yn lle gwych i weithio ynddo
- Sicrhau bod Cyfoeth Naturiol Cymru yn addas ar gyfer y dyfodol

Llywodraethu ac adrodd ynghylch cynnydd

15. Bydd gan bob ymgyrch ei ddull ei hun o fesur a gwerthuso'n barhaus, gan ganolbwyntio ar fesur canlyniadau ac effaith. Adroddir ynghylch cynnydd i'r Tîm Gweithredol a'r Bwrdd bob chwarter (Mai, Medi, Rhagfyr, Mawrth). Bydd hynny hefyd yn gyfle i feddwl ymlaen a darparu cyfeiriad digonol ar gyfer cynlluniau yn y dyfodol.

16. Bydd is-grŵp marchnata a chyfathrebu y Bwrdd yn darparu cyngor arbenigol, her ac adborth yn fwy rheolaidd.

17. Bydd y tîm rhithwir yn cynnwys grŵp o ymarferwyr marchnata a chyfathrebu – a fydd yn cydweithio ym meysydd cynllunio, cyflawni, gwerthuso, arloesi ac arfer gorau.

Diogelu at y dyfodol

18. Ar hyn o bryd, mae Cyfoeth Naturiol Cymru yn datblygu rhaglen a fframwaith rheoli prosiectau newydd, sy'n defnyddio meini prawf papur gwyn 2011, 'Best Practice for small scale projects using PRINCE2'.

19. Rydym wedi datblygu'r cynllun hwn er mwyn bod modd ei drosglwyddo i'r fframwaith newydd hwn fel un 'prosiect mawr'.

Argymhellion

20. Gofynnir i'r Tîm Gweithredol a'r Bwrdd wneud y canlynol:
- cymeradwyo'r Cynllun Marchnata a Chyfathrebu arfaethedig ar gyfer 16/17
- cymeradwyo'r broses adrodd a amlinellir yn y papur

Prif risgiau

21. Y prif risg yw na fydd y busnes yn cefnogi'r dull integredig a disgybledig hwn o gyflawni un cynllun ar gyfer marchnata a chyfathrebu. Byddai canlyniadau difrifol i hyn:

- Ni fydd gweithgarwch marchnata a chyfathrebu cyfun Cyfoeth Naturiol Cymru yn sicrhau'r gwerth gorau posibl am arian nac yn cael yr effaith fwyaf posibl
- Ni fydd digon o ffocws i'n gwaith cyfathrebu a marchnata, a fydd yn dwysáu dryswch am ein rôl ac yn gwanhau'r modd yr ydym yn cyflawni ein blaenoriaethau busnes
- Ni fyddem yn buddsoddi digon o amser ac arian mewn gwaith cyflawni

22. Byddai angen i unrhyw newidiadau i'r cynllun gael eu hadolygu gan y Tîm Gweithredol er mwyn sicrhau ein bod yn parhau i ganolbwyntio ar ein blaenoriaethau. Rhaid i'r busnes ehangach nodi eu gofynion o ran cynllunio ar gyfer marchnata a chyfathrebu o'r cychwyn

cyntaf, yn hytrach na thybio y bydd eu hanghenion yn cael eu hystyried yn flaenoriaeth ac yn cael blaenoriaeth.

Goblygiadau ariannol

23. Bydd y dull newydd o weithredu yn darparu dulliau gwell o flaengynllunio yn ariannol, yn rhan o ddull o reoli rhaglenni a gwaith cynllunio ymgyrchoedd penodol.

Asesiad o'r effaith ar gydraddoldeb

24. Ni fydd y dull o gynllunio gwaith marchnata a chyfathrebu yn cael unrhyw effaith ar unrhyw un sydd â nodweddion gwarchodedig, felly nid oes angen cynnal asesiad o'r effaith ar gydraddoldeb. Bydd pob ymgyrch yn ystyried ei gynulleidfa'n fanwl a chaiff unrhyw nodweddion gwarchodedig eu nodi bryd hynny.