

A woman with long dark hair, wearing a pink shirt and denim overalls, is looking down at a laptop in a shop. The background is blurred, showing shelves with various items. A large, stylized, light blue graphic of the letters 'CCW' is overlaid on the image, with the 'C' on the left and the 'W' on the right, both partially cut off by the edges of the frame.

CCW

The voice for water consumers
Llais defnyddwyr dŵr



ccwater.org.uk

'Credit where it's due'
Communication Toolkit



Cyflwyniad	3
Argymhellion	4-7
Sut i gyfathrebu yn y ffordd fwyaf effeithiol â chwsmeriaid busnes	5
Defnyddio sianeli cyfathrebu gwahanol mewn ffordd effeithiol a dylanwadol	6
Cyfathrebu â busnesau o feintiau gwahanol	7
Y camau nesaf	8
Atodiad 1	9
Atodiad 2	10

1. Cyflwyniad



Ym mis Ebrill 2022, fe lansion ni ein hymgyrch 'Credyd lle mae'n ddyledus' i sicrhau bod credyd cwsmeriaid busnes yn cael ei ddiogelu'n well. Rydym am i gwsmeriaid busnes fod yn fwy ymwybodol o'r credyd ar eu cyfrif a'u mynediad ato er mwyn lleihau'r risg o'i gollu pe bai eu manwerthwr yn gadael y farchnad.

Rydym hefyd yn gwybod y bydd gallu cael eu harian yn ôl yn bwysig i lawer o gwsmeriaid busnes yn yr argyfwng costau byw presennol. Rhan allweddol o'n hymgyrch 'Credyd lle mae'n ddyledus' yw rhoi gwell dealltwriaeth i gwsmeriaid busnes o'r credyd ar eu cyfrif, ynghyd â'r risgiau o dalu ymlaen llaw a'r opsiynau talu eraill a allai fod ar gael.

Rydym yn croesawu'r newidiadau a gyflwynodd Ofwat i God Ymarfer Diogelu Cwsmeriaid ym mis Ionawr 2022 i hyrwyddo dealltwriaeth well o lefelau credyd cwsmeriaid, a ddaeth yn ofyniad i fanwerthwyr o fis Ebrill 2022.

Rydym yn cefnogi'r newidiadau hyn, yn enwedig gan eu bod yn gofyn i fanwerthwyr hysbysu cwsmeriaid yn rheolaidd am y risgiau o dalu ymlaen llaw a faint o gredyd sydd ar eu cyfrif. Fodd bynnag, mae'n bwysig bod y wybodaeth hon yn cael ei chyfathrebu mewn ffordd a fydd yn sicrhau bod cwsmeriaid busnes o bob maint wedi darllen a deall y negeseuon allweddol sy'n cael eu cyflwyno gan fanwerthwyr. O'i wneud yn effeithiol, bydd hyn yn arwain at fwy o ymwybyddiaeth o'r risgiau o gronni gormod o gredyd, ac yn rhoi'r opsiwn i gwsmeriaid gymryd camau i fynd i'r afael â hyn. Lleihau'r risg o

gollu credyd pe bai manwerthwr yn mynd i'r wal yw prif ysgogydd ein hymgyrch, ynghyd â rhoi arian yn ôl ym mhocedi cwsmeriaid busnes, gan helpu i liniaru'r effaith ariannol y mae llawer yn ei phrofi yn ystod yr argyfwng costau byw presennol.

Er mwyn ein helpu i sicrhau bod y negeseuon allweddol hyn yn cyrraedd cwsmeriaid mewn ffordd sy'n tynnu sylw cwsmeriaid busnes, mae CCW wedi cymryd camau i asesu'r gwahanol ffyrdd y mae manwerthwyr yn cyfathrebu â'u cwsmeriaid a pha mor effeithiol mae'r cyfathrebu hwnnw wedi bod hyd yn hyn drwy gasglu barn uniongyrchol cwsmeriaid drwy brosiect ymchwil a gynhaliwyd gan Yonder. Y dystiolaeth hon yn bennaf sydd wedi llywio ein hargymhellion ([Link to 2 Recommendations](#))

Rydym yn annog manwerthwyr i fabwysiadu'r arferion gorau a'r argymhellion a amlinellwyd yn y pecyn cymorth hwn. Rydym am weithio gyda manwerthwyr i helpu i gyflwyno negeseuon clir ac effeithiol i gwsmeriaid busnes. Yn y pen draw, credwn y bydd cwsmeriaid busnes yn elwa ar gael mwy o wybodaeth am daliadau a chredyd ymlaen llaw, ond gall yr egwyddorion arferion gorau hyn lywio cyfathrebu mewn meysydd eraill hefyd.

2. Argymhellion - cyfathrebu arferion gorau

I ddeall yr argymhellion rydym yn eu gwneud yn y pecyn cymorth hwn, mae'n bwysig cydnabod rhywfaint o'r mewnwelediad a gawsom am ddymuniadau cyfathrebu cwsmeriaid, a archwiliwyd fel rhan o'n prosiect ymchwil. Gellir gweld y rhain yma.

O'r dystiolaeth a gasglwyd gennym (gweler atodiad 1 a 2) mae'n amlwg nad oes 'un dull sy'n addas i bawb' o ran strategaeth gyfathrebu ac mae angen i negeseuon gael eu deall yn glir, a chael eu teilwra ar sail y math o gyfathrebu a maint y busnes. Rydym yn disgwyl i fanwerthwyr asesu eu cynlluniau cyfathrebu cyfredol yn erbyn yr egwyddorion arferion gorau a'r argymhellion a amlinellir isod, a gwneud newidiadau lle bo angen. Mae'n bwysig bod dulliau cyfathrebu yn cyd-fynd â'r hyn y mae cwsmeriaid yn ei ddeall ac yn ei weld sy'n bwysig, o ystyried bod y negeseuon wedi'u hanelu atyn nhw.

Sut i gyfathrebu yn y ffordd fwyaf effeithiol â chwsmeriaid busnes

Yn ôl y dystiolaeth a gafwyd o'n hymchwil gan Yonder, y ffordd orau o sicrhau bod y neges a fwriadwyd yn dal sylw cwsmeriaid busnes yw drwy ofalu ei bod yn glir, yn hoelio'r sylw a'i bod mewn lliw. Mae'r golofn gyntaf yn dangos sut i wneud neges yn 'dda' tra bod y golofn arall yn dangos y ffyrdd 'gwell' a 'gorau' o gyfathrebu â chwsmeriaid busnes. Rydym yn argymhell mai'r dull gorau sy'n cael ei fabwysiadu i gyrraedd y nifer mwyaf.



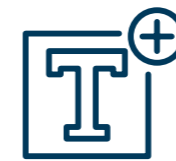
Pennawd clir a bachog



Cyfarchiad personol gyda gwybodaeth am berthnasedd



Logo'r manwerthwr - du a gwyn



Testun du a gwyn gyda ffont hawdd i'w ddarllen



Talpiau o wybodaeth ar ffurf paragraffau



Dolen i wybodaeth bellach ar wefan y cwmni

Da

Gwell

Pennawd clir a bachog

Gwybodaeth am berthnasedd a manylion y cwsmer

Logo'r manwerthwr mewn lliw

Testun lliw gyda ffont hawdd i'w ddarllen a gofod negyddol

Paragraffau gyda phenawdau i dalpiau o wybodaeth

Dolen i ragor o wybodaeth ar wefan y cwmni

Gorau

Pennawd clir a bachog mewn lliw

Gwybodaeth am berthnasedd a manylion y cwsmer

Logo'r manwerthwr mewn lliw

Testun lliw gyda ffont hawdd i'w ddarllen a gofod negyddol

Bocsys / deunydd gweledol yn cyflwyno talpiau o wybodaeth

Dolen i wybodaeth bellach ar wefan y cwmni, testun i gyfeirio cwsmeriaid

Defnyddio sianeli cyfathrebu gwahanol mewn ffordd effeithiol a dylanwadol

Mae gan wahanol ddulliau cyfathrebu ofynion gwahanol o safbwynt cyfathrebu mewn ffordd effeithiol a dylanwadol â chwsmeriaid. Rydym yn annog manwerthwyr i ddefnyddio'r dystiolaeth hon yn eu strategaeth gyfathrebu.

	Da	Gwell	Gorau
Biliau	<ul style="list-style-type: none"> Dim fformat delfrydol – ond gallai fynd wrth ochr fformatau eraill I fod yn effeithiol, galw allan yn agos at fetrics credyd yn orfodol e.e. 'Gwybodaeth bwysig am eich statws credyd' + dolen 		<ul style="list-style-type: none"> Hysbysiad testun i dudalen gwe/rhif gwasanaeth cwsmer os mai fformat bil yn unig
Llythyr/e-bost	<ul style="list-style-type: none"> Pennawd cymhellol Cyfarchiad wedi'i bersonoleiddio Brand du a gwyn Tôn gynnes a chyfeillgar Testun du a gwyn, teip modern Talpiau o wybodaeth Mwy o wybodaeth ar gael drwy glicio'r ddolen 	<p>Cystal ond</p> <ul style="list-style-type: none"> Brand lliw Talpiau o wybodaeth gyda phenawdau e.e. 'Manteision Taliad Ymlaen Llaw', 'Risgiau Taliad Ymlaen Llaw', 'Am ragor o wybodaeth' 	<p>Cystal/gwell ond</p> <ul style="list-style-type: none"> Brand lliw Testun lliw Defnydd o eiconau gweledol i hyrwyddo talpiau o wybodaeth ymhellach i hwyluso gwybyddiaeth Hysbysiad testun i dudalen gwe/rhif gwasanaeth cwsmer
Gwe	<ul style="list-style-type: none"> Fel llythyr/e-bost heb y cyfarchiad personol Dolen ar yr hafan – gwybodaeth bwysig am... 	<ul style="list-style-type: none"> Hysbysiad testun i dudalen gwe/rhif gwasanaeth cwsmer 	

Cyfathrebu â busnesau o feintiau gwahanol

Mae busnesau o feintiau gwahanol yn ymateb yn wahanol i fathau gwahanol o gyfathrebu. Er enghraifft, bydd busnes bach sy'n cyflogi ychydig iawn o bobl, heb wybodaeth arbenigol am gyfleustodau a chyda bil dŵr isel yn edrych ar gyfathrebu'n wahanol i fusnes mawr a allai fod â rheolwr busnes penodol sydd â phrofiad o ymdrin â biliau cyfleustodau mawr.

Dylai manwerthwyr ddefnyddio'r wybodaeth hon i sicrhau bod pob dull o gyfathrebu (yn cynnwys e-bost, ar-lein, ffôn a llythyrau) yn cael eu gwella i gwsmeriaid.

Microfusnesau a busnesau bach

<p>Dim digon o amser, osgoi risg fwyaf, yn cael ei arwain gan ddymuniadau unigol, gwybodaeth leiaf am y pwnc</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gwybodaeth syml Personoleiddio Sicrwydd Angen dal sylw ond nid torri ar draws 	<p>Llythyr / e-bost Testun Diweddariad ar blatfform</p>
--	--	---

Busnesau canolig

<p>Mwy o amser, mwy sefydledig, efallai y bydd gwybodaeth yn trosglwyddo trwy nifer o ddwylo</p>	<ul style="list-style-type: none"> Angen dal sylw Angen sawl sianel Gwybodaeth fanylach ar gael 	<p>Llythyr / e-bost Tudalen gwe Diweddariad ar blatfform</p>
--	--	--

Busnesau mawr

<p>Mwy o le i drafod, mwy o wybodaeth am y pwnc a'r sawl sy'n gwneud penderfyniadau yn debygol o fod yn wybodus iawn, ac yn ymwybodol o ddiwydrwydd dyladwy</p>	<ul style="list-style-type: none"> Llai o angen i sefyll allan Angen sawl sianel Gwybodaeth fanylach ar gael 	<p>Llythyr / e-bost Tudalen gwe Diweddariad ar blatfform</p>
---	---	--

3. Y camau nesaf

Mae'r pecyn cymorth hwn yn nodi'r gwaith mae CCW ac Yonder research wedi'i wneud i weld sut mae manwerthwyr yn estyn allan i'w cwsmeriaid, a yw cwsmeriaid yn deall y negeseuon a sut y gallai manwerthwyr wella sut maen nhw'n cyfathrebu â'u cwsmeriaid.

Rydym wedi defnyddio nifer o ffynonellau i ddeall y ffyrdd cyfredol y mae manwerthwyr yn eu defnyddio i gysylltu drwy wybodaeth bilio yn ogystal â chyswllt uniongyrchol ac wedi defnyddio ymchwili i edrych ar y bylchau posib o ran ymwybyddiaeth a gwybodaeth gan gwsmeriaid busnes.

Rydym am weld manwerthwyr yn dilyn arferion gorau, a byddwn yn cydweithio â manwerthwyr i gyflawni hyn. Bydd cyfarfodydd ymgysylltu rheolaidd â chwmnïau, Fforwm Marchnad Manwerthu Busnes CCW, a defnyddio mewnwelediad a geir o ddata CCW am gwynion ac ymchwili, i gyd yn darparu cyfleoedd i fonitro cynnydd, a nodi unrhyw wersi allweddol.

I chi fel y manwerthwr rydym am weld:



Adolygiad o'ch strategaeth gyfathrebu gyfredol – ble gellid gwneud gwelliannau i sicrhau arferion gorau, yn unol â'r pecyn cymorth cyfathrebu?



Y strategaeth gyfathrebu well yn cael ei rhannu a'i thrafod gyda CCW



Unrhyw adborth dilynol a dderbyniwch gan gwsmeriaid ar y dulliau cyfathrebu a ddefnyddiwyd, a hefyd a arweiniodd hyn at gynnydd mewn cyswllt (e.e. cais am ad-daliadau credyd, neu ymholiadau am opsiynau talu eraill).

Fel llais y cwsmer, mae CCW am fod yn sicr bod cyfathrebu'r newid hwn a'r gwelliant yng ngwybodaeth cwsmeriaid yn cael ei deimlo. Mae'n hanfodol bod cwsmeriaid busnes yn deall y risgiau o wneud taliadau ymlaen llaw, yn gwybod am y lefelau credyd maen nhw'n eu cronni a'r taliadau amgen sydd ar gael iddynt. Mae cyfathrebu clir yn allweddol er mwyn i gwsmeriaid busnes 'wybod eu hawliau'.

Atodiad 1

Sut mae manwerthwyr yn cyfathrebu â chwsmeriaid am eu lefelau credyd a'r opsiynau talu sydd ar gael iddynt ar hyn o bryd

Yn dilyn y newidiadau a gyflwynodd Ofwat i'r Cod Ymarfer Diogelu Cwsmeriaid, ysgrifennodd CCW at fanwerthwyr i ddeall sut roedden nhw'n bwriadu cyfathrebu â'u cwsmeriaid am y risgiau o dalu ymlaen llaw, eu lefel credyd a'r opsiynau talu a oedd ar gael iddynt.

Y nod oedd i CCW gael gwell dealltwriaeth o gynlluniau a phrosesau cyfathrebu pob manwerthwr.

Gofynnwyd i'r manwerthwyr ymateb i bedwar cwestiwn allweddol:

1. Rhowch fanylion eich cynllun cyfathrebu, gan nodi'r amserlen a'r ffyrdd y byddwch yn estyn allan i'ch cwsmeriaid. Er enghraifft, neges ar filiau, e-bost, eich gwefan, neu gyfrifon ar-lein. Os ydych yn defnyddio cyfuniad o'r rhain, dywedwch sut y bydd hyn yn cael ei rannu ar draws eich cwsmeriaid.
2. Pa negeseuon fyddwch chi'n eu cyfathrebu? Unwaith eto, os ydych chi'n defnyddio cyfuniad, anfonwch gopi o bob un atom.
3. Beth yw'ch proses gyfredol o ad-dalu credyd, yn cynnwys unrhyw gynlluniau a allai fod gennych i ddiwygio hyn?
4. Beth yw eich cynllun arfaethedig ar gyfer ad-dalu credyd, os nad oes gennych un eisoes?

Ymatebodd cyfanswm o 13 manwerthwr i'r cais hwn, ac fe ddadansoddwyd yr ymatebion gan CCW yn erbyn y meini prawf isod:

Meini Prawf	Details noted
Maint y manwerthwr	Bach/Canolig/Mawr
Opsiwn talu ymlaen llaw ar waith	Oes/Nac oes
Gwybodaeth ar filiau'n unig	Oes/Nac oes
Mynd ati'n rhagweithiol i gysylltu â chwsmeriaid i'w hysbysu o'u credyd? Llythyr/e-bost	Ydy/Nac ydy
Tudalen gwe 'Deall fy mil' i'w gael	Oes/Nac oes
Cwestiynau Cyffredin i'w cael	Oes/Nac oes
Ffurflen ad-dalu ar gael	Oes/Nac oes
Cofnod i nodi a yw'r ad-daliad wedi'i anfon o fewn 60 diwrnod	Oes/Nac oes
CCW yn dangos enghraifft o arfer da	Wedi nodi manylion

Atodiad 2

Ymchwil Yonder – Ein hamcanion a sut y trefnwyd hwn

Gweld sut mae manwerthwyr wedi bod yn cyfathrebu gofynion Cod Ymarfer Diogelu Cwsmeriaid ar daliadau ymlaen llaw, croniadau credyd ac opsiynau talu amgen i'w cwsmeriaid oedd y cam cyntaf wrth asesu beth sydd wedi'i gyflawni hyd yma, a beth oedd yn effeithiol. Er mwyn i ni wybod a lwyddodd y cyfathrebu gan fanwerthwyr i ymgysylltu â chwsmeriaid ai peidio, y cam nesaf oedd profi hyn yn ehangach. Mae CCW am sicrhau bod manwerthwyr yn defnyddio sianeli cyfathrebu clir ac effeithiol er mwyn i gwsmeriaid busnes fod yn ymwybodol o'u hopsiynau talu, eu lefelau credyd, a sut i hawlio ad-daliad credyd.

Fe wnaethom ni gomisiynu cwmni ymchwil, Yonder, i gynnal prosiect a oedd yn ceisio deall ymwybyddiaeth cwsmeriaid o'r newidiadau, casglu eu hadborth ar yr hyn sy'n gweithio'n dda a'r hyn y gellid ei wella, ac archwilio arferion gorau yn y maes hwn. Mae'r adroddiad llawn wedi'i gyhoeddi ar ein gwefan, yma.

Fe wnaeth sampl o 24 cwsmer busnes, o wahanol feintiau a manwerthwyr, gymryd rhan yn yr ymchwil. Fel tasg ymlaen llaw, gofynnwyd iddynt ganfod ac adolygu negeseuon cyfathrebu gan amrywiaeth o ddarparwyr cyfleustodau er mwyn helpu i nodi arferion da a gwael. Mewn grwpiau o dri, gofynnwyd i gyfranogwyr adolygu'r rhain yn fanylach, a rhoi eu barn ar rai enghreifftiau o gyfathrebu manwerthwyr am y newid, lle'r oedd manwerthwyr wedi cytuno i ni rannu eu negeseuon fel rhan o'r ymchwil.

Yn ogystal â chasglu adborth gan gwsmeriaid busnes, siaradodd Yonder ag arbenigwyr ym maes newid ymddygiad a thelathrebu er mwyn helpu i nodi arferion gorau a gwersi allweddol.

Cafodd y pwyntiau allweddol canlynol eu nodi gan Yonder yn sgil y trafodaethau â chyfranogwyr:

DDIM YN YMWBODOL O NEWID

1 Ni allai'r un lluniwr penderfyniadau busnes yn y sampl hon gofio gweld cyfathrebu blaenorol am daliad ymlaen llaw / gwybodaeth gredyd, ac nid oedd y rhan fwyaf yn poeni amdano cyn i ni roi mwy o wybodaeth iddynt

RHEOLEIDDIO YMHELL O FUSNESAU

2 Nid ydynt yn teimlo y byddai gwybodaeth reoleiddiol yn effeithio ar 'fy musnes', yn enwedig pan fo costau'n isel (dŵr vs. ynni). Er mae busnesau mwy sydd ag agenda gwerth cymdeithasol/ diwydrwydd dyladwy yn fwy sylwgar

CYFATHREBU RHEOLEIDDIOL YN FLAENORIAETH ISEL

3 Mae angen i arferion gorau fanteisio ar ffyrdd o oresgyn rhag-duedd i (ddadflaenoriaethu) y mathau hyn o gyfathrebu

GWERSI ARFERION GORAU

4 Angen i arferion gorau gyd-fynd â'r egwyddorion gwyddor ymddygiad canlynol: pennawd neu alwad cryf i weithredu; talpiau o wybodaeth a thôn gynnes/wahoddgar, fel nad yw'r cyfathrebu'n teimlo'n oer ac yn cael ei yrru gan y rheoleiddiwr

MAE ANGEN SYMLRWYDD AR GWSMERIAID

5 Hyrwyddodd ein harbenigwr cyfathrebu yr angen am negeseuon syml cyn rhoi'r cyfle i gwsmeriaid ganfod mwy o wybodaeth yn eu hamser eu hunain, yn ddelfrydol drwy ddolen i wefan (a fydd hefyd yn arbed costau)

GWYBODAETH AM Y NEWID AR GOLL AR HYN O BRYD

6 Enghreifftiau manwerthwyr dŵr prin yn llawn ddenu ymgysylltiad gan gyfranogwyr er gwaethaf eu cryfderau. Gwybodaeth am y newid wedi ei 'gollu' yn yr enghreifftiau o filiau, enghreifftiau o wefannau'n dibynnu ar rywbeth i dynnu cwsmeriaid i'r dudalen, tra bod modd dadflaenoriaethu llythyrau/e-byst yn hawdd oni ddilynir arferion gorau

ANGEN GWYBOD MEWN AMSER REAL

7 Mae'r rhan fwyaf o gwsmeriaid am gael gwybodaeth mewn 'amser real' h.y. eu statws credyd wedi'i nodi'n gir ar y bil, a risgiau a manteision taliad ymlaen llaw wedi'u hamlygu wrth gytuno ar gcontract

Nododd Yonder fod cyfathrebu â chwsmeriaid busnes o'r natur hwn yn tueddu i berthyn i dri phrif gategori – bilio, marchnata a rheoleiddio. Nodwyd hefyd fod maint y cwsmer busnes yn berthnasol i effeithiolrwydd neu ddiffyg effeithiolrwydd math penodol o gyfathrebu. Mae mwy o fanylion am hyn yn y tabl isod, a rhoddir sylw arbennig i'r golofn reoleiddio:

Diolch i'r mewnwelediadau uchod, a'r adborth a gafwyd gan gyfranogwyr ar enghreifftiau penodol o gyfathrebu, bu modd i Yonder nodi'r math(au) o gyfathrebu, a'r elfennau allweddol, y byddai cwsmeriaid busnes yn fwyaf tebygol o'u darllen a'u deall. At ein dibenion ni, roedd hyn yn canolbwyntio ar sut i sicrhau bod newid rheoleiddiol yn cael ei gyfathrebu'n effeithiol.



Bilio



Marchnata



RHEOLEIDDIO

	Bilio	Marchnata	RHEOLEIDDIO
Micro-fusnesau neu fusnesau bach	Talu'r sylw mwyaf i filio gan ei fod yn hanfodol i gadw'r busnes i fynd	Byddant yn adolygu os yw'n denu sylw ond mae'n flaenoriaeth is na dydd i ddydd	Cwsmeriaid yn dueddol o ddadflaenoriaethu oherwydd eu bod yn teimlo nad yw'n debygol o effeithio'n uniongyrchol arnynt
Busnesau canolig	Sylw mwyaf i filio	Byddant yn adolygu, os yw'n benodol i fandad y rôl, yn enwedig os yw'n denu sylw	Byddant yn adolygu o bosibl ond mae angen cyfathrebu negeseuon rheoleiddiol mewn ffordd sy'n denu sylw
Busnesau mawr	Llunwyr penderfyniadau'n annhebygol o ddarllen biliau'n uniongyrchol – ond byddant yn rhan o ddewis cyflenwyr a negodi	Byddant yn adolygu, os yw'n benodol i fandad y rôl, yn enwedig os yw'n denu sylw	Gwybodaeth reoleiddiol yn fwy tebygol o fod o dan diwydrwydd dyladwy, agenda gwerth cymdeithasol felly mwy perthnasol adolygu

Contact us

0300 034 2222 in England

0300 034 3333 in Wales

CCW
23 Stephenson Street
Birmingham
B2 4BH

For enquiries about this communication toolkit please email: businessretailmarket@ccwater.org.uk



ccwater.org.uk

The voice for water consumers
Llais defnyddwyr dŵr