

Canllaw i apeliadau cyllido torfol

Trosolwg

- [Pam codi arian ar-lein?](#)
- [Beth yw apêl cyllido torfol?](#)
- [Platfformau cyllido torfol](#)
- [Pam cyllido torfol?](#)
- [Targed codi arian](#)
- [Cynllunio](#)
- [Awgrymiadau da](#)
- [Dechrau da](#)
- [Awgrymiadau ar gyfer y cyfryngau cymdeithasol](#)
- [Yn y cyfamser](#)
- [Codi arian yn y dyfodol](#)
- [Templed cynllunio ymgyrch cyllido torfol](#)

Pam codi arian ar-lein?

Mae rhoi ar-lein yn gyflym ac yn hawdd i'w wneud, ac mae rhoddion ar-lein ddwywaith cymaint â rhoddion all-lein ar gyfartaledd.

Beth yw apêl cyllido torfol?



Ymgyrch (ar-lein fel arfer) sy'n canolbwyntio ar fater penodol, dros gyfnod penodol, a hynny ar frys. Maen nhw'n canolbwyntio ar gael llawer o roddion bach gan lawer o bobl yn hytrach nag ychydig o roddion mawr. Fel arfer, maen nhw'n defnyddio platfformau arbenigol i reoli a hyrwyddo'ch ymgyrch.

Mae dau fath sylfaenol o apêl cyllido torfol:

“Popeth-neu-ddim”

Dim ond os byddwch chi'n cyrraedd eich targed codi arian neu'n rhagori arno y byddwch chi'n cadw'r arian. Os na fyddwch chi'n cyrraedd y nod, caiff yr holl gyfraniadau eu dychwelyd at y rhoddwyr. Mantais hyn yw ei fod yn creu ymdeimlad o frys ac yn annog cefnogwyr i fynd ati i hyrwyddo'r ymgyrch.

Cadw-beth-rydych-chi'n-ei-godi

Byddwch chi'n cadw'r holl arian sy'n cael ei godi ni waeth a fyddwch chi wedi cyrraedd y targed ai peidio. Mae'r rhain fel arfer yn addas pan fydd pob ceiniog o gyllid yn helpu i symud y prosiect yn ei flaen. Mae llai o risg ynghlwm wrth y rhain gan y byddwch chi'n derbyn rhoddion hyd yn oed os na fyddwch chi'n cyrraedd y targed llawn.

Mae dewis rhwng yr opsiynau hyn yn dibynnu ar eich strategaeth codi arian, pa mor hyblyg yw nodau eich prosiect a pha mor gyflym y mae angen eu cyflawni.

Platfformau cyllido torfol

Mae yna lawer o wahanol blatfformau a all reoli eich ymgyrch. Bydd y rhain yn ei gwneud hi'n haws i ddarparu gefnogwyr ddod o hyd i'ch ymgyrch, yn ogystal â helpu i olrhain cynnydd a rheoli'r gwaith o gasglu rhoddion. Fodd bynnag, codir tâl am hyn, a all gynnwys ffi benodol, ynghyd â chanran o'r swm a godir. Gyda chynifer o wahanol blatfformau ar gael, gallwch chi siopa o gwmpas i ddod o hyd i'r un sydd fwyaf addas i chi. Mae Shopify, er enghraifft, yn darparu canllaw i'r 10 safle cyllido torfol gorau yn y DU.

Mae CrowdSpace Directory yn cynnig cyfeiriadur cynhwysfawr o blatfformau cyllido torfol yn y DU sy'n eich galluogi i hidlo yn ôl math o fuddsoddiad, ffocws y diwydiant, a blynyddoedd ar y farchnad.

Mae Charity Digital wedi llunio rhestr o blatfformau, gan gynnwys adnodd cymharu prisiau y gellir ei lawrlwytho er mwyn helpu i wneud penderfyniadau.

Pam cyllido torfol?

Mae cyllido torfol yn codi 70% yn fwy mewn rhoddion na gweithgareddau codi arian. Maen nhw'n ennyn hyder pobl ac yn dryloyw ynglŷn â ble mae rhoddion yn mynd. Bydd 27% o roddwyr cyllido torfol yn mynd ymlaen i wirfoddoli dros yr achos a bydd 90% yn hyrwyddo'r prosiect.

Targed codi arian



Esboniwch yr angen, y gwaith a'r canlyniad y bydd cefnogaeth y rhoddwr yn ei gael yn glir. Pennwch darged o rhwng £500 a £5,000 ar gyfer apêl gyntaf er mwyn annog rhoddwyr lefel is a sicrhau gwell siawns o lwyddiant.

Mae'n bosibl sefydlu ymgyrch cyllido torfol yn gyflym iawn; fodd bynnag, i wneud hynny'n dda ac i fod yn llwyddiannus, bydd angen cynllunio a pharatoi'n drylwyr a threulio amser ar yr ymgyrch. Felly, er y bydd manteision cyhoeddusrwydd a chodi ymwybyddiaeth ychwanegol o'ch ymgyrch, byddwch yn ymwybodol o gost/budd yr hyn rydych chi'n ei gynllunio i sicrhau eich bod chi'n gwneud y defnydd gorau o'ch amser a'ch adnoddau.

Wrth chwilio am blatfform i'w ddefnyddio, mae'r hyn i'w ystyried yn cynnwys y ffioedd a godir, a ydyn nhw'n casglu Rhodd Cymorth, a ydyn nhw'n canolbwyntio ar genre penodol (celf, technoleg, lles ac ati), cyrhaeddiad

Platform	Poblogrwydd a ffocws	Pa mor hawdd yw ei ddefnyddio?	Yn cefnogi rhodd cymorth?	Model ariannu
JustGiving	Platfform blaenllaw yn y DU ar gyfer achosion elusennol, wedi codi dros £4 biliwn ers 2001.	Hawdd ei ddefnyddio ac mae'n hawdd creu a rhannu ymgyrchoedd.	Ydy – Mae'n cefnogi Rhodd Cymorth yn awtomatig.	Cadw-Beth-Rydych-Chi'n-Ei-Godi
GoFundMe	Platfform sy'n cael ei gydnabod yn fyd-eang ar gyfer codi arian yn bersonol ac ar gyfer elusennau.	Yn reddfodol i'w osod, rhannu cymdeithasol yn gryf.	Na – Rhaid hawlio Rhodd Cymorth ar wahân.	Cadw-Beth-Rydych-Chi'n-Ei-Godi
Crowdfunder UK	Poblogaidd ar gyfer prosiectau cymunedol a mentrau cymdeithasol yn y DU.	Hawdd ei osod, adnoddau ar gyfer llwyddiant ymgyrchoedd.	Ydy – Mae'n cefnogi Rhodd Cymorth ar gyfer elusennau cymwys.	Dewisiadau Popeth-neu-Ddim a Cadw-Beth-Rydych-Chi'n-Ei-Godi
Kickstarter	Yn adnabyddus am brosiectau creadigol; presenoldeb rhyngwladol cryf.	Canllawiau cynhwysfawr a chefnogaeth ar gyfer prosiectau.	Na – Mentrau creadigol yn bennaf.	Popeth-neu-Ddim
Indiegogo	Yn canolbwyntio ar brosiectau creadigol ac entrepreneuriaidd; cyrhaeddiad byd-eang.	Offer ymgyrchu hyblyg a nodweddion hyrwyddo.	Na – Mae defnyddwyr yn ei drin yn annibynnol.	Dewisiadau Popeth-Neu-Ddim a Cadw-Beth-Rydych-Chi'n-Ei-Godi

Crowdcube	Platfform cyllido torfol ecwiti blaenllaw yn y DU ar gyfer buddsoddi mewn busnesau.	Canllawiau manwl ar gyfer cyflwyniadau buddsoddi.	Amherthnasol – Buddsoddiadau ecwiti.	Popeth- Neu-Ddim (Buddsoddiad ecwiti)
-----------	---	---	--------------------------------------	---------------------------------------

Cynllunio

Paratowch staff, gwirfoddolwyr ac ymddiriedolwyr i gymryd rhan. Ystyriwch lansio o gwmpas dyddiad pwysig i gynnal momentwm a gwnewch fideo sy'n crynhoi'r apêl. Cynhaliwch yr apêl am 3 wythnos i 3 mis i gadw ymdeimlad o frys. Cynlluniwch eich ymgyrch cyn i chi lansio, gan gynnwys hysbysiad o'r ymgyrch ymlaen llaw cyn iddi gael ei lansio i sicrhau ei bod yn denu cefnogaeth yn gyflym; a hefyd, sut y bydd yr ymgyrch yn cael ei hyrwyddo ar-lein/all-lein, a phryd y byddwch chi'n rhoi'r wybodaeth ddiweddaraf ar gynnydd.

Gall cynnwys fideos a delweddau wella llwyddiant eich ymgyrch yn sylweddol. Mae astudiaethau amrywiol wedi dangos y bydd ymgyrchoedd sy'n cynnwys fideo yn codi 100% yn fwy na'r rhai heb fideo a gall delweddau o ansawdd da gynyddu'r rhoddion 40%

Awgrymiadau da

Er bod llawer o bethau yn gallu dylanwadu ar lwyddiant eich ymgyrch, dyma bump o'r pethau allweddol i'w gwneud yn gywir:

Adrodd stori gymhellol – Ewch ati i gyfathrebu eich achos, pwy mae'n helpu, a pham mae'n bwysig yn glir. Mae cynnwys angerddol yn annog rhoddion.

Gosod nodau a gwobrau realistig – Dewiswch darged cyraeddadwy a gwobrau deniadol i ysgogi rhoddwyr ar wahanol lefelau o gyfraniadau.

Ymgysylltu'n rheolaidd – Rhowch ddiweddariadau rheolaidd i gefnogwyr am gynnydd, cerrig milltir a straeon i gynnal momentwm a chyfranogiad.

Defnyddio deunydd gweledol – Ewch ati i gynnwys lluniau a fideos o ansawdd uchel i hybu ymgysylliad a chreu cysylltiad emosiynol cryf.

Manteisio i'r eithaf ar rwydweithiau cyfryngau cymdeithasol – Defnyddiwch eich sianeli cymdeithasol presennol, gan ymgysylltu â dylanwadwyr lleol, ac annog cefnogwyr i rannu'n eang.

Mae llawer o blatfformau cyllido torfol yn galluogi/gofyn i chi roi gwobr i bobl sy'n cyfrannu at yr ymgyrch. Gall hyn amrywio o e-bost diolch i wahoddiad i ddigwyddiad lansio neu rodd fel crys-T. Sicrhewch nad yw cost unrhyw wobwr yn fwy na'r rhodd.

Dyma rai enghreifftiau o wobrau y gallai ymgyrch cyllido torfol eu cynnig ar wahanol lefelau o gefnogaeth:

1. **£10 – Neges o ddiolch ar y cyfryngau cymdeithasol** – Postiad yn diolch i'r rhoddwr yn bersonol neu gyfeiriad at y gefnogaeth mae wedi'i rhoi ar eich platfformau cyfryngau cymdeithasol.
2. **£25 – Pecyn cefnogwyr** – Anfon cerdyn, sticer neu fathodyn diolch wedi'i frandio yn uniongyrchol at y cefnogwr i gydnabod ei gyfraniad
3. **£50 – Gwahoddiad arbennig i ddigwyddiad** – Gwahoddiad i ddigwyddiad arbennig, gweithdy, neu daith y tu ôl i'r llenni sy'n gysylltiedig â gwaith eich elusen.
4. **£100+ – Cydnabyddiaeth amlwg** – Enw'r rhoddwr yn ymddangos mewn man amlwg ar eich gwefan, cylchlythyr, neu adroddiad blynyddol fel cefnogwr allweddol, ynghyd â'r holl wobrau blaenorol.

Dechrau da

Unwaith y bydd apêl cyllido torfol yn cyrraedd 30% o'i tharged, mae'n llawer mwy tebygol o lwyddo ac mae'n annog rhoddwyr newydd. Symudwch oddi ar £0 yn gyflym trwy ychwanegu rhoddion all-lein (arian parod/grantiau) at y cyfanswm. Gallwch chi ddweud wrth gefnogwyr agos, 'dim pwysau o gwbl ond, os oeddech chi'n bwriadu cyfrannu, yna byddai'n annog rhoddwyr newydd pe gallen ni, gyda'n gilydd, roi hwb i'r apêl a symud oddi ar £0 cyn ein lansiad cyhoeddus yr wythnos nesaf.

Wrth i'ch ymgyrch fynd rhagddi, rhowch y diweddaraf i'ch cefnogwyr ar faint sy'n cael ei godi, pa effaith y bydd yr arian hwn yn ei chael a beth fydd codi mwy o arian yn ei wneud. Gallwch chi hefyd awgrymu ffyrdd y gallan nhw helpu eich ymgyrch, fel ei rhannu gyda'u rhwydweithiau cymdeithasol.

Awgrymiadau ar gyfer y cyfryngau cymdeithasol



Mae'r cyfryngau cymdeithasol yn offeryn hanfodol ar gyfer cynnal ymgyrch cyllido torfol lwyddiannus. Isod mae rhai awgrymiadau syml i'ch helpu chi i'w defnyddio'n effeithiol.

Postiadau adrodd straeon – creu a rhannu straeon byr, cymhellol neu fideos am unigolion a fydd yn elwa'n uniongyrchol ar yr ymgyrch.

Cyfri'r dyddiau tan y diwrnod lansio – creu cyffro ac ymdeimlad o frys trwy bostio negeseuon atgoffa dyddiol yn cyfri'r diwrnodau.

Ymgysylltu â dylanwadwyr – tagio neu ymgysylltu â dylanwadwyr neu gefnogwyr lleol er mwyn helpu i rannu eich neges â chynulleidfa ehangach.

Defnyddio delweddau – creu graffeg, ffeithluniau, neu fideos byr apelgar sy'n tynnu sylw at nodau neu gyflawniadau allweddol yr ymgyrch.

Rhoi'r wybodaeth ddiweddaraf yn gyson – rhoi'r wybodaeth ddiweddaraf i gefnogwyr am gynnydd eich ymgyrch yn rheolaidd, gan rannu cerrig milltir a llwyddiannau i gynnal momentwm.

Cynnwys rhyngweithiol – gallwch chi geisio defnyddio polau, sesiynau holi ac ateb, neu hyd yn oed sesiynau byw i ryngweithio â dilynwyr, gan sicrhau mwy o ymgysylltiad a gwelededd.

Hashnod y gellir ei rannu – creu #hashnod unigryw, hawdd ei gofio i annog rhannu ac olrhain ar draws platfformau cyfryngau cymdeithasol.

Galwadau i weithredu – cynnwys dolenni a galwadau uniongyrchol i roi, rhannu neu gefnogi yn glir ac yn rheolaidd. Mae hwn yn gam pwysig iawn, ond mae'n un sy'n cael ei hepgor yn aml hefyd!

Yn y cyfamser

Cofiwch ddiolch i roddwyr bob amser, gan eu hysgogi i gyfranogi ymhellach a gofyn iddyn nhw bostio ar eu cyfryngau cymdeithasol. Gall cyllido torfol helpu i sicrhau grantiau, cyllid cyfatebol neu nawdd corfforaethol. Gallai tudalennau codi arian o'u mentrau eu hunain fwydo i mewn i'ch targed cyllido torfol hefyd.

Codi arian yn y dyfodol

Cynlluniwch un neu ddwy ymgyrch y flwyddyn yn dibynnu ar angen, amser, yr hyn sy'n briodol a'ch gallu i roi'r sylw angenrheidiol i'r gwaith. Mae hyn yn amrywio'r 'gofyniad' codi arian, yn rhoi ffocws i ymdrechion ac yn caniatáu ar gyfer dysgu. Os cynhelir gormod o ymgyrchoedd, mae risg y bydd cefnogwyr yn diflasu. Bydd yr ymgyrchoedd hynny hefyd yn defnyddio llawer o syniadau ac egni o fewn y mudiad. Os byddwch chi'n lansio ymgyrchoedd byth a beunydd, efallai y bydd yn tarfu ar negeseuon eraill rydych chi'n ceisio eu rhannu a gallai hyd yn oed beri i bobl beidio â chefnogi.

Templed cynllunio ymgyrch cyllido torfol

1. Trosolwg o'r ymgyrch

- **Teitl:** Cegin Gymunedol Helping Hands
- **Nod (£):** £5,000
- **Hyd yr ymgyrch:** 1 Mai 2025 – 30 Mehefin 2025

2. Amcan

- Bydd yr arian yn helpu i sefydlu cegin gymunedol a fydd yn darparu prydau maethlon am ddim i deuluoedd agored i niwed ac unigolion sy'n wynebu tlodi bwyd yn ein cymuned.

3. Cynulleidfa darged

- Trigolion cymunedau lleol, teuluoedd, busnesau, ac unigolion sy'n meddu ar ymwybyddiaeth gymdeithasol.

- Bydd yr ymgyrch yn bwysig iddyn nhw oherwydd ei bod yn cefnogi cymdogion mewn angen, yn gwella llesiant cymunedol ac yn meithrin undod cymdeithasol.

4. Dewis platfform

- JustGiving – oherwydd ei boblogrwydd yn y DU, y ffaith bod modd rhoi Rhodd Cymorth yn awtomatig, ac offer hwylus i'w rhannu ar y cyfryngau cymdeithasol.

5. Cynllun gwobrwyo

- £10 | Neges i ddiolch i rywun yn bersonol ar y cyfryngau cymdeithasol
- £25 | Bathodyn cefnogwr a cherdyn diolch
- £50 | Gwahoddiad i ddigwyddiad agoriadol y Gegin Gymunedol
- £100+ | Enw'r rhoddwr yn cael ei osod ar wal cefnogwyr y gegin gymunedol a chydabyddiaeth ar-lein

6. Negeseuon yr ymgyrch

- Neges allweddol: "Gyda'n gilydd, gadewch i ni faethu ein cymuned a brwydro yn erbyn tlodi bwyd."
- Cysylltiad emosiynol: Rhannu straeon personol teuluoedd ac unigolion lleol a fydd yn elwa'n uniongyrchol ar yr ymgyrch.

7. Strategaeth marchnata a hyrwyddo

- Cynllun cyfryngau cymdeithasol: Rhoi'r wybodaeth ddiweddaraf yn wythnosol, straeon, fideos ar Facebook, Instagram, Twitter
- Ymgyrch e-bost: Rhoi'r wybodaeth ddiweddaraf bob pythefnos gan dynnu sylw at gerrig milltir a straeon
- Y wasg leol/ymgysylltu â'r cyfryngau: Datganiad i'r wasg a chyfweliadau gyda phapurau newydd a radio lleol
- Ymrwymiad dylanwadwyr neu lysgenhadon: Ymgysylltu â dylanwadwyr lleol ac arweinwyr cymunedol i ehangu negeseuon

8. Creu cynnwys

- Fideo(s) : Fideos byr sy'n tynnu sylw at straeon gan aelodau'r gymuned, yr angen, a'r effaith bosibl
- Lluniau: Ffotograffau sy'n dangos ymgysylltiad â'r gymuned, digwyddiadau dosbarthu prydu bwyd, a chymeradwyaeth
- Diweddariadau ysgrifenedig: Straeon a'r wybodaeth ddiweddaraf am gynnydd bob wythnos ar y dudalen cyllido torfol a'r cyfryngau cymdeithasol

9. Cyllideb

- Treuliau marchnata: £400
- Treuliau cynhyrchu (fideo/lluniau): £500
- Ffioedd platfform: £200
- Amrywiol: £150

10. Amserlen a cherrig milltir

- Gweithgareddau cyn lansio: Creu cynnwys hyrwyddo (Ebrill 2025)
- Dyddiad lansio'r ymgyrch: 1 Mai 2025
- Adolygiad canol yr ymgyrch: 30 Mai 2025
- Dyddiad gorffen yr ymgyrch: 30 Mehefin 2025
- Gwaith dilynol ar ôl yr ymgyrch: Dechrau Gorffennaf 2025

11. Gwerthuso a gwaith dilynol

- Sut bydd llwyddiant yn cael ei fesur: Cyflawni'r targed o £5,000, metrigau ymgysylltu ar y cyfryngau cymdeithasol, a phresenoldeb yn nigwyddiad agoriadol y gegin.
- Cynlluniau i ddiolch i roddwyr ac ymgysylltu â nhw ar ôl yr ymgyrch: Negeseuon yn diolch iddyn nhw'n bersonol, cydnabyddiaeth gyhoeddus ar y cyfryngau cymdeithasol, a gwahoddiadau i ddigwyddiadau cymunedol parhaus.