

Astudiaeth achos:
Grant Adnewyddu
Menter

Rhanbarth
Wrecsam

Sector
Gwasanaeth

Gwerth y prosiect
£9,952

NORTH WALES BEDS

Ymgyrch farchnata uchelgeisiol oedd yr allwedd i lwyddiant pan lansiodd adwerthwr gwelyau gorau'r rhanbarth ei brand matresi ei hun.

"Disgyn mewn cariad gyda'ch cwsg eto." Dyna oedd honiad beiddgar North Wales Beds sydd wedi eu lleoli yn Gwersyllt pan lansiwyd eu brand matresi Cariad eu hunain.

Gyda sbringiau poced i'ch cynnal, cysur cynnes i'r corff a thechnoleg oeri, roedd yr ystod hybrid hon eisoes yn boblogaidd dan faner ei gwneuthurwr Mlily – cwmni matres byd-eang. Ond roedd North Wales Beds eisiau dod â phethau ychydig yn nes at adref. Bellach yn eu 33ain blwyddyn o fasnachu, mae'r prif fanwerthwr gwelyau a matresi arbenigol yn y rhanbarth wedi meithrin digon o hygydedd gyda'i gwsmeriaid. Pan maen nhw'n dweud bod matres wedi gwneud argraff arny'n nhw, mae pobl yn tueddu i'w credu.

"Roedden ni eisiau rhoi ein personoliaeth ein hunain iddi," esbonia'r cyfarwyddwr David Griffiths. "Fe wnaethon ni feddwl am yr enw Cariad, a phenderfynon ni ei hyrwyddo fel cynnyrch roedden ni'n credu ynddo. Rydyn ni wedi bod yma ers amser maith, mae cwsmeriaid yn credu'r hyn rydyn ni'n ei ddweud, ac mae ei frandio o dan ein henw ni ein hunain yn gweithredu fel ardystiad."

I bwysleisio eu hyder, estynnodd y cwmni warant matresi pum mlynedd safonol am dair blynedd ychwanegol ac mae cynlluniau ar y gweill i gynnig treial am ddim o 60 noson. Mae'n gytundeb da iawn ond gwyddai North Wales Beds fod rhaid iddynt gyfleu'r neges yn glir ac yn groch. Roedd eu grant Adnewyddu Menter yn golygu eu bod yn gallu gwneud y gorau posib gydag ymgyrch farchnata integredig a oedd yn cynnwys marchnata yn y siopau, hysbysebu yn y wasg a'r radio yn lleol, negeseuon ar y cyfryngau cymdeithasol a hysbysebu digidol ar fformat mawr. Fe wnaethon nhw hyd yn oed gynnal cystadleuaeth ar-lein "anifeiliaid anwes chwareus" gyda matresi Cariad fel gwobr – ac roedd yr ymateb yn enfawr.

"Roedd yr ymgyrch gyfan yn fwy uchelgeisiol oherwydd y grant, roedd yn rhoi'r hyder oedd ei angen arnom," meddai David. "Gyda'n hysbysebion blaenorol ar y radio ac yn y wasg, doedden ni erioed wedi canolbwyntio ar un cynnyrch. Rydyn ni wedi dysgu y gall weithio'n dda iawn. Y llynedd, Mlily, gweithgynhyrchwr Cariad, oedd ein pedwerydd cyflenwr mwyaf – nawr dyma'r prif un. Mae'r gwerthiant wedi cynyddu 40% ac rydyn ni'n gwerthu tua 24 o fatresi Cariad bob mis, am bris sy'n fwy na £100 yn uwch na chyfartaledd y siop.

"Oherwydd bod y matresi'n dod atom ni i'w pacio dan wactod, mae'n arbed lle storio, yn helpu gyda mynediad anodd wrth ddanfon nwyddau ac yn galluogi cwsmeriaid i gasglu'n bersonol os ydyn nhw'n dymuno. Mae'r rhain i gyd yn fanteision tymor hir. Mewn cyfnod masnachu anodd ar gyfer gwelyau a manwerthu dodrefn, mae lansio ein brand Cariad yn llwyddiannus wedi gwneud gwahaniaeth go iawn."

