

Marketing odjel ili marketing agencija?

Računica koju većina firmi pogrešno pravi



REPUBLIC

Marketing danas nije jedna osoba – već cijeli sistem

Savremeni marketing više nije posao jednog zaposlenika koji “zna društvene mreže”.

Uključuje strategiju, analitiku, sadržaj, dizajn, produkciju, oglašavanje, PR i koordinaciju s vanjskim partnerima.

Upravo zato se sve veći broj kompanija odlučuje za outsourcing marketinga profesionalnim agencijama.

1. Stručnost: dobijate cijeli tim, ne jednog čovjeka

Kada zapošljavate interno, obično dobijete:

- jednu ili dvije osobe koje “pokrivaju sve”
- ograničeno iskustvo
- znanje fokusirano na jednu oblast

Marketing agencija, s druge strane, okuplja:

- stratege
- dizajnere
- copywritere
- digitalne i PR stručnjake
- projekt menadžere

To znači da vaš marketing ne zavisi od jedne osobe, njenog znanja, bolovanja ili odlaska iz firme.

2. Operativne mogućnosti: agencija može više – brže

Interni marketing tim često se susreće s ograničenjima:

- previše zadataka, premalo vremena
- nemogućnost paralelnog rada na više projekata
- problemi u periodima kampanja i događaja

Agencije su organizovane upravo za:

- paralelni rad
- brze prilagodbe
- krizne situacije
- kampanje većeg obima

Drugim riječima: agencija ima kapacitet da iznese ono što interni tim često ne može.

3. Trošak: outsourcing je često jeftiniji

Ovo je dio koji se često pogrešno procjenjuje.

Koliko košta interni marketing tim?

Ako kompanija želi minimalno funkcionalan marketing odjel, obično su potrebne barem:

- 1 marketing menadžer
- 1 dizajner
- 1 osoba za digital / sadržaj

Okvirni mjesečni trošak (BiH):

- plate
- doprinosi i porezi: + 60–70%
- osiguranja
- edukacije
- softveri
- oprema
- bolovanja i fluktuacija kadra

Koliko košta marketing agencija?

Prosječan mjesečni paušal za profesionalnu agenciju:

- 2.000 – 5000 KM, zavisno od obima posla

Za taj iznos dobijate:

- cijeli tim
- iskustvo iz različitih industrija
- fleksibilnost bez dugoročnih obaveza zapošljavanja

U praksi:

👉 Agencija često košta 2–3 puta manje od internog tima.

4. Agencije imaju bolje konekcije

Marketing agencije svakodnevno saraduju sa:

- medijima
- novinarima i urednicima
- štamparijama
- produkcijskim kućama
- digitalnim platformama

To znači:

- brži plasman informacija
- povoljnije cijene produkcije i štampe
- lakšu realizaciju kampanja i događaja

Interni tim te konekcije tek mora graditi, često godinama.

5. Objektivnost i svjež pogled

Interni tim je dio kompanije –

često emocionalno uključen, opterećen internim odnosima i navikama.

Agencija donosi:

- objektivnu perspektivu
- iskustvo iz drugih sektora
- sposobnost da kaže ono što interno često ostane neizrečeno

To je posebno važno kod:

- rebrandinga
- krizne komunikacije
- strateških promjena

6. Fokus menadžmenta na ono što je najvažnije

Kada marketing funkcioniše kroz agenciju:

- menadžment se ne bavi operativnim detaljima
- nema upravljanja svakodnevnim zadacima
- komunikacija ide kroz jasan sistem

To oslobađa vrijeme za:

- razvoj poslovanja
- prodaju
- strateške odluke

Interni marketing tim ima smisla za velike sisteme s velikim budžetima.

Za većinu malih i srednjih kompanija, outsourcing marketinga je racionalnija, fleksibilnija i isplativija opcija.

.

Kako mi radimo

Kroz partnerski model saradnje:

- preuzimamo kompletan ili dio marketinga
- prilagođavamo se vašem budžetu i ciljevima
- funkcionišemo kao produženi dio vašeg tima

Bez zapošljavanja.

Bez rizika.

Sa jasnim rezultatima i odgovornošću.