

MITOS Y REALIDADES DEL

# MARKETING OUTSOURCING



*¿Contrato una agencia si no? ¿Sera rentable si o no?*

**ALFA DIGITAL AGENCY**

# ¿QUÉ ES EL OUTSOURCING MARKETING?

El concepto puede sonar complicado e incluso arriesgado muchas veces, pero hoy por hoy es una de las mejores decisiones que se pueden contemplar dentro de la estrategia de una empresa. Ese concepto tan trillado a veces de “divide y vencerás” toma mucha relevancia en estos tiempos de especialización en que la empresa debe enfocarse en generar su trabajo diario y dejar en manos de expertos la creación de estrategias atractivas que impacten a su público objetivo.

Hoy por hoy es una tendencia que nadie puede negar y por él que cada vez apuestan más y más pymes.

## ¿QUÉ TE DETIENE?

El desconocimiento de la formula correcta para trabajar de forma productiva, el externalizar información valiosa para la empresa y él detener procesos internos para dar paso a nuevas formas de trabajo. Es entendible, pero el potencial y el alcance que estos servicios pueden representar para tu empresa hoy por hoy son mucho mas relevantes que todos aquellos peros que se puedan presentar al inicio

## ¿EN QUÉ CONSISTE?

Contratar empresas, agencias, profesionales, freelancers para que diseñen estrategias y las hagan realidad en pro de tu empresa. Estas SIEMPRE irán alineadas con los objetivos de tu negocio.

De alguna forma es delegar actividades fuera de tu empresa a expertos en el tema.



## CULTURA COLABORATIVA

En estos tiempos no pueden entenderse los negocios sin colaboración, sin unir esfuerzos y conocimientos para la consecución de objetivos. Es en este punto donde todo toma relevancia por que un servicio outsourcing es una colaboración de expertos que buscan potenciar con estrategias, el impacto de tu empresa a cambio de una remuneración.

# ÍNDICE

**I** Qué es el outsourcing de marketing y como aplicarlo a mi empresa

**II** Ventajas del outsourcing de marketing

- Rentabilidad
- Ahorro
- Experiencia
- Profesionalidad
- Reacción en tiempo real
- Formación e innovación tecnológica a coste cero
- Planes hechos a la medida

**III** ¡¡¡Por qué no lo había pensado antes!!!

**IV** Qué me puede aportar mi nuevo partner de marketing

# ¿QUE ES EL OUTSOURCING DE MARKETING Y COMO APLICARLO A MI EMPRESA

El primer punto a tomar en cuenta es que no debemos considerar el outsourcing como un proveedor de servicios, debemos buscar un socio, un partner en el proyecto que se identifique con los valores del mismo y comparta la visión de la empresa, que pueda enriquecer con sus ideas y creatividad y desarrolle una estrategia y un plan a la medida de tu negocio.

Algunas de las muchas estrategias que pueden generar estos partners expertos están el diseño web, generación de contenido, relaciones publicas tanto en redes sociales como en el mundo real, publicidad, audiovisual, generación de experiencias en punto de venta, planeación y planificación de eventos entre muchos otros servicios.

Un segundo punto a analizar es que la empresa debe ser muy consciente de cuales son las actividades críticas de su día a día y cuales puede delegar en un partner.

Esto es realmente importante ya que muchas veces por ahorrar y cuidar el presupuesto, saturamos a nuestro equipo de trabajo y al final las tareas no salen ni en tiempo ni en forma.

Determinemos cuales son las actividades que no podemos encargar a un tercero y cuales si, y en función de esto, busquemos al partner correcto para desempeñar dicha labor.

# I QUE ES EL OUTSOURCING DE MARKETING Y COMO APLICARLO A MI EMPRESA

Una vez definido qué actividades delegar y que partners serán los responsables, debemos establecer objetivos de cada actividad, una tabla de tiempos y controles para medir avances. Establecer un plan de trabajo y responsables de ambos lados buscando alinear formas de trabajar con los objetivos de la empresa. El partner ideal será aquel que se identifique con los valores de nuestra corporación y que se ponga la camiseta del equipo.

## II VENTAJAS DEL OUTSOURCING DE MARKETING

El riesgo que se corre es muy bajo y el beneficio suele ser muy grande. No tengamos miedo a externalizar actividades que nos permitan enfocarnos en el foco de nuestra empresa. Dentro de las ventajas de contar con un partner experto en servicios y estrategias de marketing están los siguientes:

- **RENTABILIDAD:** Solo se paga cuando se requiere un servicio, existe un presupuesto y el costo es menor ya que no tenemos que absorber los gastos que implica tener a este equipo de profesionales en nuestra nómina.
- **AHORRO:** Profundiza un poco en el punto anterior ya que nos ahorramos toda la carga fiscal de contratar gente en la plantilla, ahorras en formación, espacio de trabajo, gastos fijos como pueden ser luz, agua, etc...
- **PROFESIONALIDAD:** Al ser un sector competido, las agencias se esfuerzan por estar al día en tecnología y conocimientos para poder brindar a sus clientes el mejor servicio posible y estar un paso por delante de todos los demás jugadores.
- **EXPERIENCIA:** Pagar por gente con mucha experiencia para tenerlos in-house es muy caro, es por tal motivo que comparando con los costos que genera una agencia por el desarrollo de proyectos, encontramos que el precio es menor y la experiencia del equipo es mayor.
- **REACCIÓN EN TIEMPO REAL:** Es posible cambiar la estrategia en tiempo real, si las condiciones del mercado cambian, la agencia cuenta con mas recursos y kilómetros recorridos para corregir y dar un golpe de timón sin sacrificar resultados
- **FORMACIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA A COSTE CERO:** Con un equipo propio la empresa es la responsable de hacer un plan de formación y al mismo tiempo de invertir en los recursos y tecnología necesarios para poder llevar a cabo el trabajo. Con una agencia, la empresa se ahorra todos estos gastos y solo se paga la remuneración pactada por el proyecto o trabajo estipulado.
- **PLANES HECHOS A LA MEDIDA:** Los planes que diseña la agencia están enfocados y hechos a la medida de las necesidades de cada cliente.

# III ¿POR QUÉ NO LO HABÍA PENSADO ANTES?

Quizá nunca habíamos visto con tanta claridad la necesidad de enfocar a nuestro equipo base a las actividades que son la esencia de nuestra empresa y dejar las acciones de promoción y marketing en manos de expertos que tienen que dar resultados sí o sí.

Las empresas están en un momento histórico en el que deben decidir entre distribuir estas tareas entre el personal con el que contamos, contratar nuevos empleados o externalizar el departamento de marketing.

Como ya mencionamos antes, existen muchas ventajas de considerar esta tercera opción como la más viable, pero el ahorro en costos y la carga fiscal que esto conlleva es uno de los valores que más se toman en cuenta al momento de tomar decisiones y eso sin dejar de lado que estamos contratando expertos.

El objetivo es que no perdamos el foco en hacer internamente las actividades críticas e importantes del negocio, trabajar en mejorar día con día nuestro producto o servicio, hacer más eficientes nuestros procesos internos y ser más productivos en las áreas que componen nuestra empresa. En lo que se refiere al marketing, la aplicación de nuevas tecnologías y estrategias además de la incorporación de nuevas plataformas digitales para la expansión y desarrollo de nuestro proyecto siempre estará seguro en manos de un equipo externo con experiencia.



## IV VENTAJAS

Cada vez son mucho más empresas las que confían sus servicios de marketing con profesionales fuera de su plantilla base. La externalización se posiciona como la fórmula ideal para disponer de un servicio de calidad cuando no se cuentan con los recursos necesarios para hacerlo in-house.

Las colaboraciones con partners externos basados en comunicación generan excelentes resultados a un coste bajo.

El marketing en cualquier empresa logra dar visibilidad a la empresa, sus productos, novedades y todo aquello que gira en el ecosistema del negocio. Es por eso que no se puede tomar a la ligera las estrategias y tácticas a seguir.

## V QUE ME PUEDE APORTAR MI NUEVO PARTNER DE MARKETING

**1.- RAPIDEZ:** La velocidad con la que puede trabajar una agencia de marketing ya que cuenta con personal cualificado, conoce tácticas, herramientas, tecnologías y solo es necesario aplicar estos conocimientos a las necesidades del proyecto.

**2.- TRANSPARENCIA EN LOS COSTES:** Se pacta un presupuesto con el que ambas partes están cómodos, se establece una hoja de ruta y los objetivos claros que se deben alcanzar para que de esta forma queden justificados los gastos a cambio de resultados.

**3.- VISIÓN DISTINTA DEL NEGOCIO:** Muchas veces estamos tan metidos en nuestro día a día que perdemos perspectiva y el poder contar con una visión fresca acompañada de ideas novedosas y estrategias actuales va a sumar mucho valor a nuestro negocio.

**4.- TECNOLOGÍA:** No solo se invierte en personas, esa inversión va acompañada de herramientas, conocimiento y capacitación. Al momento en que se presentan las necesidades a la agencia en cuestión, ellos ya saben que herramientas y tecnologías pueden adaptarse mejor a lo que el proyecto requiere. Esto nuevamente ahorra tiempo y costo ya que la contratación de muchas de estas herramientas no siempre es la mas barata y además nos ahorra tiempo en la curva de aprendizaje de la misma.

**5.- INCREMENTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA:** Los costos se reducen. El contratar personal para desarrollar un área dentro de una empresa no solo es el pago de nóminas, eso implica también la carga fiscal, espacio y gastos fijos así como capacitación de nuestro equipo que lo mantenga a la vanguardia. Estos gastos normalmente incrementan considerablemente la inversión y con una agencia esto se reduce a la remuneración pactada.

**6.- PERSONALIZACIÓN:** Planes hechos a la medida de cada empresa pero con la experiencia acumulada en el camino. No es prueba y error, se adaptan las buenas practicas que en el pasado han funcionado a las necesidades especificas del proyecto o del cliente. Se usan diversas tácticas por qué ya se ha comprobado qué funcionan. Se adapta experiencia y conocimiento a las necesidades del cliente.

# CONCLUSIÓN

En conclusión podemos decir que siempre va a ser una buena idea pensar en un partner que nos haga crecer. Alguien que tiene experiencia, conocimiento, tecnología y compromiso con el proyecto, será un gran opción para darle un impulso a nuestro negocio. busquemos un partner que nos aporte, que nos genere ideas, que este identificado con los valores y visión de nuestra empresa y que se implique con los procesos y los resultados. De este modo lograremos generar una relación a largo plazo que nos beneficie en los resultados y al interior de la empresa, a poner nuestro enfoque en las acciones criticas que así lo requieren.

