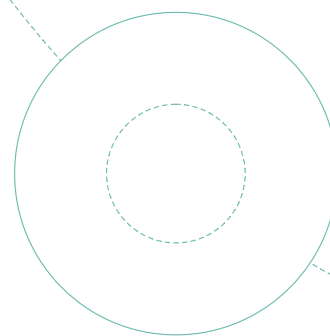


BLEND PR



MINI E-BOOK

8 rodzajów agencji marketingowych

Poradnik dla stojących przed decyzją o współpracy z agencją

dr MAGDALENA GAJEK

KLAUDIA KLUPŚ

WSTĘP

Wiemy, że dla przedsiębiorców i menedżerów mnogość agencji zajmujących się marketingiem może być przytłaczająca. Tym bardziej, że czasem trudno znaleźć dla nich wspólny mianownik i dopasować do swoich potrzeb. Niejednokrotnie zlecający wręcz nie rozumieją, czego dotyczy oferta agencji. I nie jest to błąd potencjalnych klientów.

Ten krótki e-book ma pomóc Ci wstępnie zorientować się w tym:

- Jakie agencje marketingowe funkcjonują na rynku?
- Czym się zajmują poszczególne podmioty?
- Kiedy warto skorzystać z ich pomocy?
- Na co uważać we współpracy?

W ten sposób, chcemy przyczynić się do podjęcia przez Ciebie najbardziej trafionej decyzji o współpracy z danym typem agencji.

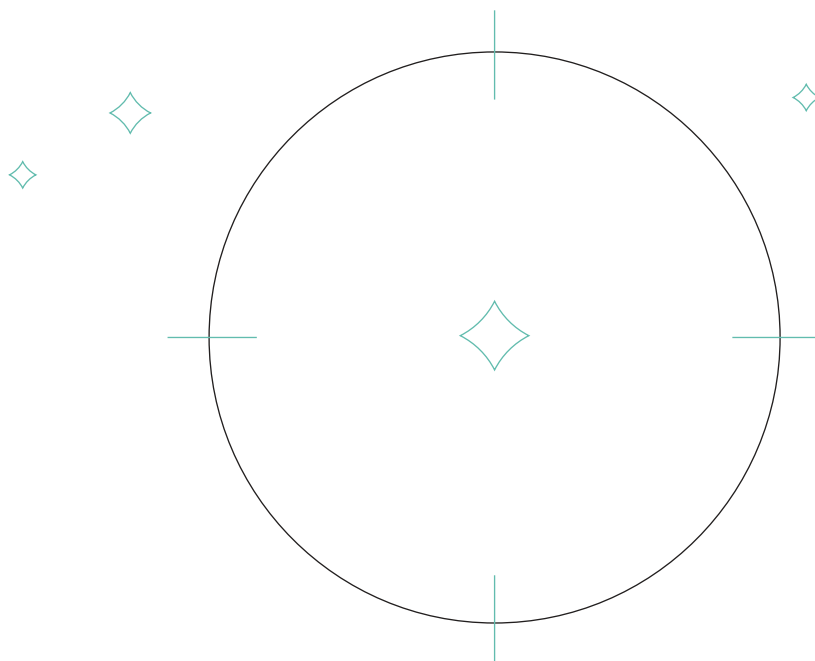
Zapraszamy do lektury!

dr MAGDALENA GAJEK

Właścicielka | Blend PR®

KLAUDIA KLUPŚ

Specjalista ds. komunikacji | Blend PR®



Agencja brandingowa

CO ROBI?

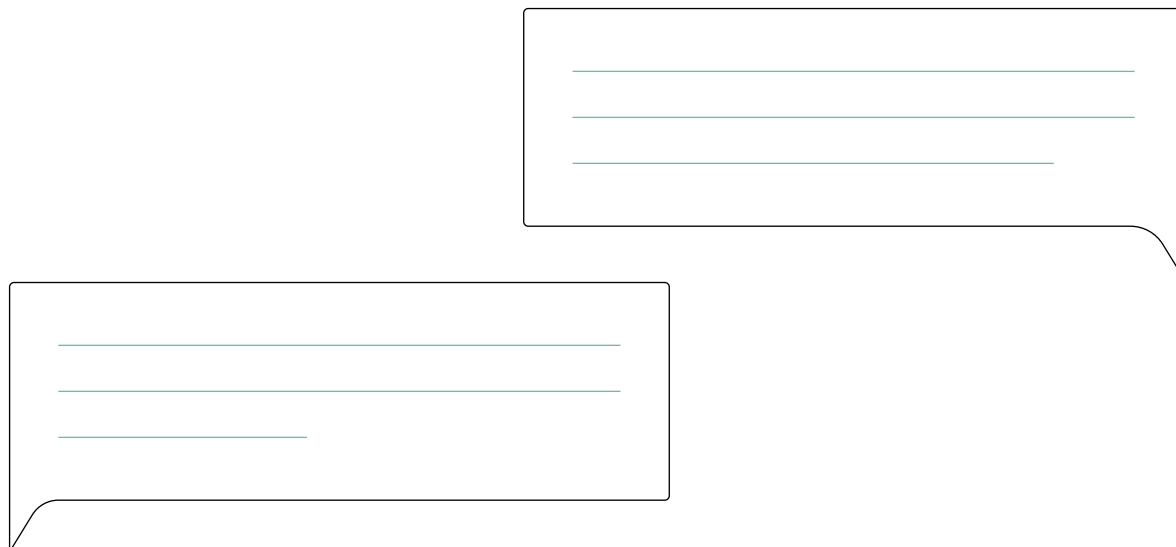
Zajmuje się tworzeniem strategicznego obrazu marki za pomocą elementów werbalnych (np. hasła, skojarzenia, obietnice) oraz wizualnych (np. logo, motywy przewodnie).

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy potrzebujesz wsparcia w procesie rebrandingu, chcesz odświeżyć swój brand, zmienić kierunek jego komunikacji lub wprowadzić na rynek nową markę.

NA CO UWAŻAĆ?

Musisz sprawdzić, czy agencja ma uporządkowany pomysł na realizację zadań brandingowych, aby uniknąć oceny w oparciu o czyjś gust. Wiele firm ogłasza także, że zajmuje się strategią (bo jest to jedna z najdroższych usług), ale nie pokazuje przykładów swoich wcześniejszych realizacji w tym zakresie.



Agencja PR i komunikacji

CO ROBI?

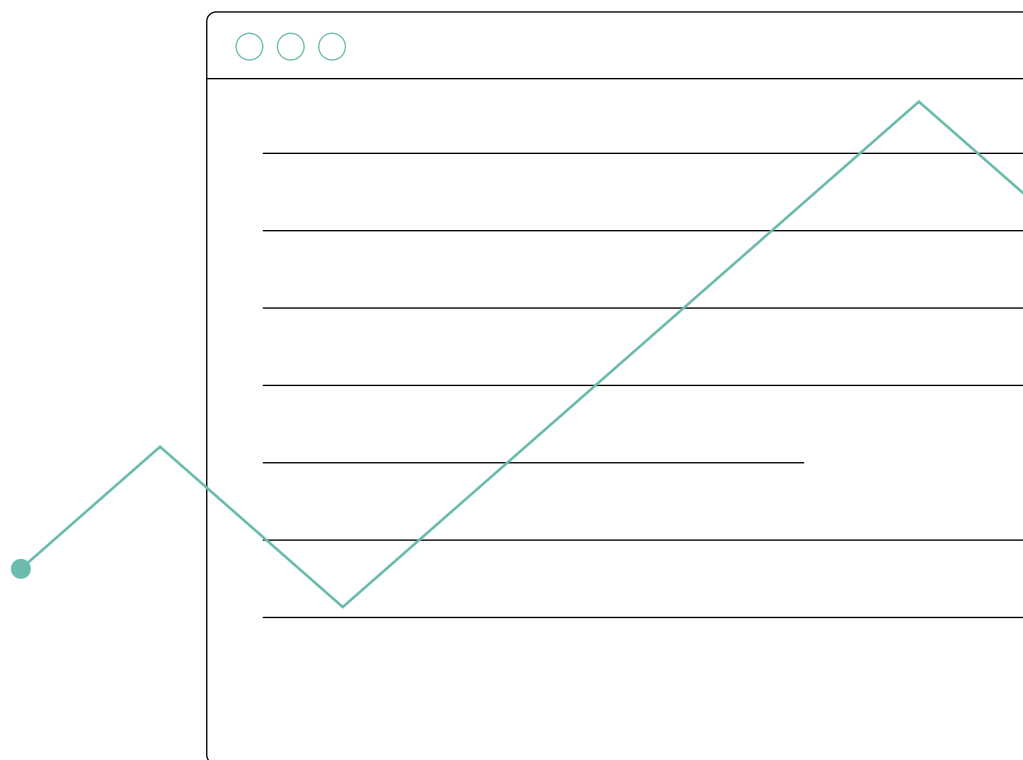
Zajmuje się szeroko pojętą komunikacją tworzącą oczekiwany wizerunek. Część zadań takiej agencji może być związana ze strategicznym wsparciem.

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy potrzebujesz zewnętrznej pomocy przy regularnych działaniach promocyjnych lub podczas poważniejszej modyfikacji swojej marki. To dobre rozwiązanie dla firm, które nie mają wewnętrznych specjalistów ds. marketingu lub wręcz nie chcą inwestować w taki dział.

NA CO UWAŻAĆ?

PR długofalowo ma dbać o wizerunek zgodny ze strategią, dlatego nie daje efektów w krótkim czasie. Mitem jest także, że działania wizerunkowe są za darmo. Na pewno na promocję swojej marki będziesz potrzebować dodatkowego budżetu.



Agencja SEO

CO ROBI?

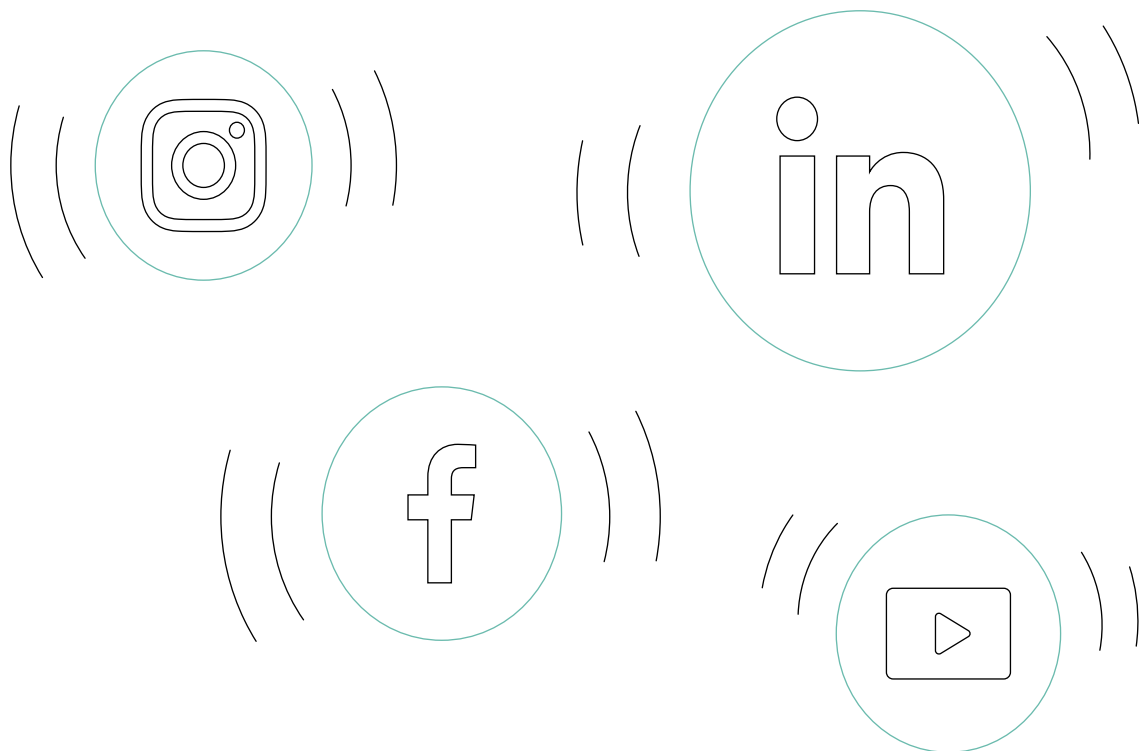
Zajmuje się audytem technicznym strony, optymalizacją treści, tworzeniem treści, analizą danych i pozyskaniem organicznego ruchu na stronę WWW.

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy potrzebujesz zwiększyć widoczność swojej strony WWW w wynikach wyszukiwania oraz zweryfikować swoje dotychczasowe działania SEO.

NA CO UWAŻAĆ?

Agencja SEO to z zasady agencja techniczna. Może ona zatem posiadać kompetencje narzędziowe, ale nie do końca rozumieć, jak działa Twój biznes i proces zakupowy. Tym samym przyjmowane przez nią taktyki mogą być nietrafione. Dlatego podczas takiej współpracy warto podjąć już na początku decyzję, jakie działania przejmie agencja SEO, a jakie zrealizujesz samodzielnie lub z pomocą innej agencji.



Agencja social media

CO ROBI?

Wspiera działania marek w mediach społecznościowych, w tym tworzy treści graficzne i copywriterskie, zarządza reklamami oraz sprawuje opiekę nad interakcjami na profilach.

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy potrzebujesz kogoś, kto regularnie zaopiekuje się Twoimi profilami w social mediach i nie planujesz rozwijać z agencją innych narzędzi komunikacji.

NA CO UWAŻAĆ?

Prowadzenie social mediów to jedna z najprostszych usług, stąd znajdziesz agencje o bardzo różnych cennikach i jakości pracy. Warto sprawdzić, jakie doświadczenie ma agencja oraz na ile rozwija swoją wiedzę. W social mediach wszystko zmienia się bardzo dynamicznie – od sposobu działania algorytmów, przez panele reklamowe, po sposób wyświetlania treści.



Agencja digital marketing

CO ROBI?

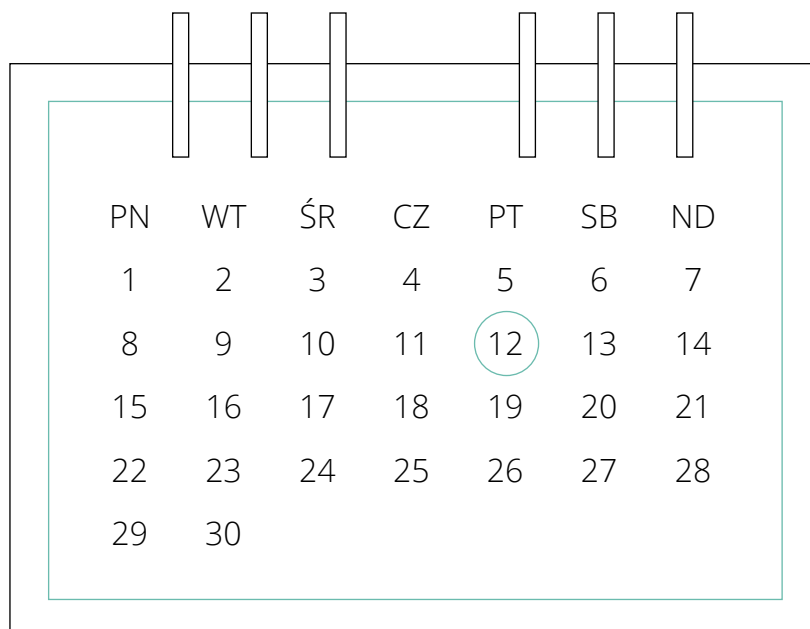
Prowadzi działania zwiększające sprzedaż i rozpoznawalność w internecie z wykorzystaniem wielu narzędzi.

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy Twój biznes zależy przede wszystkim od komunikacji online (np. e-commerce, produkty cyfrowe) oraz masz budżet na opłacenie wielu różnorodnych powierzchni reklamowych (np. Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads).

NA CO UWAŻAĆ?

Nie każda agencja digital ma takie same umiejętności, jeśli chodzi o branżę i etap rozwoju biznesu. Zupełnie innych kompetencji będziesz oczekiwać rozpoczynając swoją działalność, a innych, gdy Twoja marka już znajduje się na rynku oraz zgromadziła wiele danych. Pamiętaj również, że tego typu agencja najczęściej nie pomoże Ci w promocji ważnymi kanałami offline (np. produkcja materiałów marketingowych, eventy).



Agencja eventowa

CO ROBI?

Zajmuje się realizowaniem i obsługą wydarzeń (offline i online) organizowanych przez Twoją markę.

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy potrzebujesz zorganizować wydarzenie firmowe, zarówno z myślą o swoich klientach, jak i pracownikach. Tego typu agencja ma rozbudowaną bazę kontaktów i podwykonawców, którzy pomagają podczas organizacji wydarzenia. Tym samym możesz otrzymać znacznie ciekawszy scenariusz, niż kiedy zajmujesz się samodzielnie organizacją.

NA CO UWAŻAĆ?

Musisz uważać na to, czy agencja będzie w stanie poradzić sobie z danej wielkości wydarzeniem. Zupełnie innej obsługi i formalności wymaga event na kilkadziesiąt, a innej na kilka tysięcy osób. Warto też zwrócić uwagę, czy agencja pomoże Ci z działaniami brandingowymi (jak produkcja materiałów marketingowych typu flagi, bannery, gadżety).



Studio graficzne

CO ROBI?

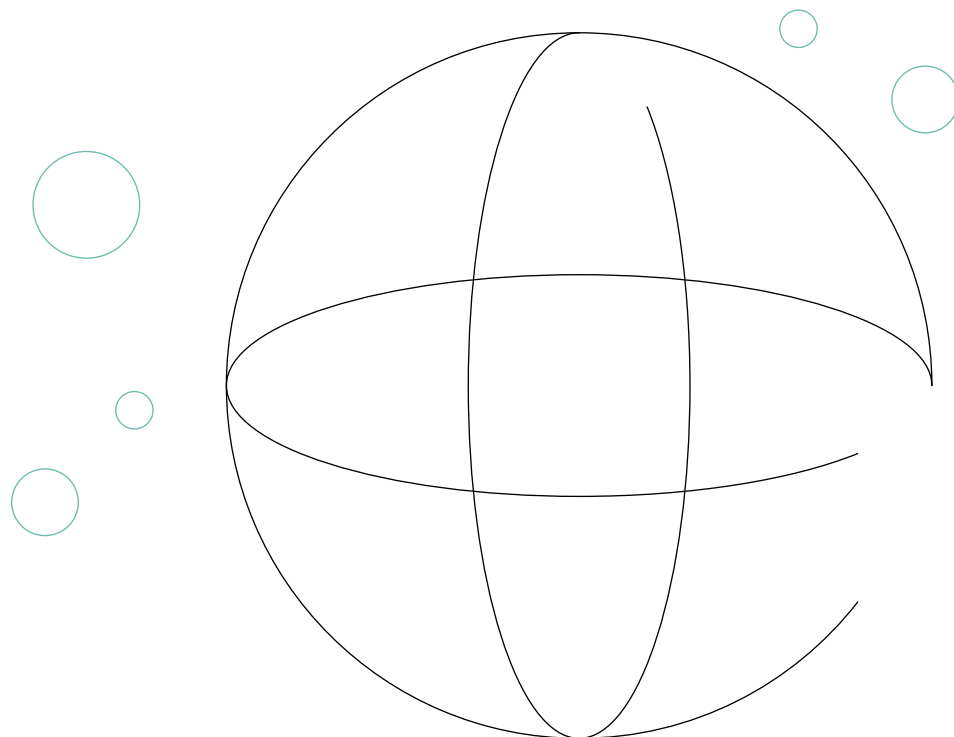
Projektuje logo, elementy identyfikacji wizualnej, grafiki online i materiały do druku.

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy potrzebujesz opracowania materiałów marketingowych na podstawie już gotowej identyfikacji lub masz solidne podstawy merytoryczne do stworzenia designu marki od zera.

NA CO UWAŻAĆ?

Nie każde studio graficzne posiada kompetencje strategiczne. Wiele takich podmiotów działa odtwórczo lub bez kontekstu, w którym funkcjonuje dane przedsiębiorstwo. Zwróć uwagę, czy po drugiej stronie jest ktoś, kto poza efektem wizualnym wniesie także coś praktycznego do Twojej firmy.



Agencja 360

CO ROBI?

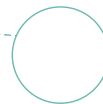
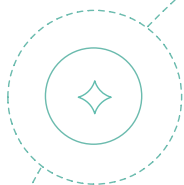
Oferuje pełen zakres usług opisanych powyżej agencji, które mogą dotyczyć zarówno mediów tradycyjnych, jak i cyfrowych.

KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ?

Gdy potrzebujesz szerokiego zakresu obsługi i zależy Ci, aby ich koordynacja była skupiona w jednym miejscu, a najlepiej u jednego menedżera projektu.

NA CO UWAŻAĆ?

Agencje 360 mimo rozbudowanej oferty często nie mają wszystkich kompetencji w swoim wewnętrznym zespole i nadal korzystają z freelancerów lub delegują niektóre prace do mniejszych agencji. Tym samym zwróć uwagę, czy wszystkie realizacje są na takim samym poziomie.



O wyborze agencji marketingowej w pierwszej kolejności powinny decydować Twoje potrzeby i możliwości – czyli ile wiesz o swojej marce, jaki rodzaj wsparcia Ci się najbardziej przyda (strategiczne czy narzędziowe) oraz jakim dysponujesz budżetem (zarówno na prace agencyjne, jak i samą reklamę). Nie sugeruj się wizerunkiem czy logo klientów danej agencji, a skup się na możliwym sprecyzowaniu swojego problemu, który agencja ma pomóc rozwiązać. Niewykluczone, że będziesz potrzebować pomocy kilku różnych podmiotów.

Potrzebujesz pomocy w brandingu lub komunikacji? Skontaktuj się z nami!

dr Magdalena Gajek

Właścicielka | Blend PR®

m.gajek@blendpr.pl

+48 665 912 800

BLEND PR

Blend PR to **butikowa agencja komunikacji dla marek premium**. Naszym zadaniem jest zwiększenie wartości Twojej firmy. W jaki sposób? Dzięki marce. Brand pomaga nie tylko generować zyski materialne (**zwiększenie sprzedaży**), ale także niematerialne (**oczekiwany wizerunek**). Zakres naszych usług obejmuje **strategię, design i komunikację**. Pracujemy w **autorskim modelu** budowania marek Brandborder®.



Dowiedz się więcej na
www.blendpr.pl