



Մարքեթինգի մասնագետ. ձեր աշխատակազմում, թե՛ ֆրիլանս

Ո՞ր տարբերակն է ավելի լավ ձեր ընկերության համար

Այս հոդվածը նվիրված է նրան, որ համեմատենք մարքեթինգային ծառայություններ ունենալու մի քանի տարբերակ՝ ձեր աշխատակազմում մասնագետ կամ մասնագետներ ունենալ (**insource**), թե՛ վարձել մարքեթինգային ընկերության կամ ֆրիլանս մասնագետի ծառայություններ (**outsource**): Որո՞նք են յուրաքանչյուր տարբերակի լավ ու վատ կողմերը, ո՞րն է ավելի ձեռնտու ձեր ընկերության համար:

Սկսենք աշխատակազմում մասնագետից, այսինքն, երբ դուք ձեր ապրանքների կամ ծառայությունների մասին գովազդ, կյուլթեր ու բովանդակություն ստեղծելիս, հիմնվում եք ձեր մարքեթինգի մասնագետի կամ մասնագետների վրա, ինչպես նաև օգտագործում եք ձեր ընկերության մյուս բոլոր մասնագետների գիտելիքներն ու հմտությունները՝ արժեքավոր, ուսուցողական կյուլթեր ստեղծելու համար, որոնք կօգնեն թե՛ ձեր մարքեթինգի, թե՛ վաճառքների թիմերին:

Մարքեթինգի մասնագետ աշխատակազմում



Մեծ իմաստով, ձեր ընկերության կողմից ստեղծվող բովանդակությունը և պատմությունը արտահայտում են ձեր բիզնեսի “հոգին”: Եթե մարքեթինգի մասնագետը ձեր աշխատակազմում չէ, մեկ ուրիշ ընկերության կամ մասնագետի համար, մեծ մասամբ, շատ դժվար է լինում ճշմարտացիորեն արտահայտել ձեր ընկերության և ձեր բրենդի էությունը, այսինքն անել այնպես, որ այդ “հոգին” հստակորեն արտահայտվի:

Իսկ եթե մարքեթինգի մասնագետը ձեր աշխատակազմում է, ապա, իդեալական տարբերակում, նա, սերտորեն աշխատելով ձեր մյուս մասնագետների հետ և ձեր գործին լավատեղյակ լինելով, կկարողանա ձեր բրենդի էությունը ճիշտ տեղ հասցնել հնարավոր հաճախորդին:

Խնդիրները

Ընկերություններից շատերի ցանկությունն է աշխատակազմում ունենալ այսպիսի մեկին, ով կկարողանա վերը նշվածն իրականացնել:

Սակայն, լավ մասնագետ գտնելու ու վարձելու գործընթացը երկար ու դժվարին է, և չեք էլ կարող երաշխավորել, որ գտնելու դեպքում, նա ձեր ընկերության հետ երկար կմնա: Ահա ևս մի քանի խնդիր.

- ← Այդ մասնագետին պետք է սովորեցնեք, թե ձեր ընկերության նպատակները որոնք են և ինչն ինչպես է աշխատում, իսկ դրա

համար ժամանակ է պահանջվում: Պահանջվում է նաև, որ դուք ներգրավված լինեք մարքեթինգի գործերի մեջ:

- Լավ մասնագետներ գտնելը դժվար է, և նրանք բարձր աշխատավարձ են պահանջում: Պետք է հաշվի առնեք նաև կադրերի հոսունության հետ կապված ծախսերը, քանի որ երբ աշխատակիցը հեռանում է ձեզնից, նրա վրա ծախսված ժամանակն ու գումարները իզուր վատնվում են:
- Մարքեթինգը ստեղծագործ աշխատանք է, այդ մասնագետների համար լավ աշխատավարձից ոչ պակաս կարևոր է նաև աշխատանքային միջավայրը և մթնոլորտը. եթե ձեզ մոտ իրեն դուրս չգա, անմիջապես կհեռանա:
- Եթե աշխատանքը սկսի ձանձրալի ու միապաղաղ դառնալ, մասնագետը կարող է սկսել “լողալ հոսանքի հետ” և այլևս ոչ մի նորարական բան չանել:

Դրա հետևանքով, նրա հմտությունները շատ արագ ժամանակավրեպ կդառնան, քանի որ թվային մարքեթինգի բնագավառը շատ հաճախակի է փոփոխվում:

Պետք է կարողանաք բալանս ապահովել, որը հնարավոր է միայն այն դեպքում, եթե ինքներդ մարքեթինգի բնագավառին մի փոքր ծանոթ լինեք և իրեն որոշակի ազատություններ տաք, օրինակ, ստեղծագործելու կամ մարքեթինգի բյուջեն տնօրինելու հարցերում:

- Տեխնոլոգիաների զարգացման հետ, բոլոր հմտությունները մի տեղ գտնելը ավելի ու ավելի դժվար է դառնում: Մարքեթինգի մասնագետ փնտրելիս, հնարավոր է ստիպված լինեք մի քանի մասնագետ վարձել՝ սոցցանցերի մարքեթինգի, որոնման հարթակների գովազդի և օպտիմիզացիայի և այլն: Այլ կերպ ասած, հնարավոր է պահանջվի մի ամբողջ թիմ, այլ ոչ թե մեկ մասնագետ: [Մարքեթինգի տարբեր մասնագիտությունների մասին](#) մեր հոդվածը կօգնի ձեզ ավելի լավ կողմնորոշվել, թե ով ով է մարքեթինգում:

Առավելությունները

Երբ դուք ֆրիլանս մասնագետ կամ մարքեթինգային գործակալություն եք վարձում, ապա նրանք սովորաբար որոշակի արդյունքներ են սահմանում, որ իրենք պետք է ի կատար ածեն ձեզ համար: Օրինակ, դա կարող է լինել “բլոգի վեց հոդված մեկ ամսում”: Մի կողմից սա շատ լավ

Է, որովհետև դուք, որպես պատվիրատու, հստակ իմանում եք, թե ինչ ակնկալել գործակալության աշխատանքից:

Սակայն, մյուս կողմից, այն ընկերությունները, որոնք աշխատակազմում ունեն մարքեթինգի բովանդակություն ստեղծելու կարողություններ, չեն սահմանափակում իրենց այդպիսի արդյունքներով: Այլ կերպ ասած, եթե ցանկանում են 6 հոդվածի փոխարեն 10-ը ստեղծել, այդպես էլ անում են:

Կամ, եթե ցանկանում են հոդվածներից մեկի փոխարեն հարցազրույց ձայնագրել մասնագետների հետ ու տեղադրել կայքում, այդպես էլ վարվում են:

Կամ էլ, եթե որոշում են մեկ շատ երկար և շատ արժեքավոր հոդված գրել 6 կարճ հոդվածների փոխարեն, ապա այդպես էլ անում են (ձեր կայքում երկար ու արժեքավոր նյութեր ունենալու առավելություններին մենք կանդրադառնանք հաջորդ հոդվածներից մեկում):

Ոչ պակաս կարևոր է նաև այն, որ ձեր աշխակազմի մաս հանդիսացող մասնագետը շատ ավելի լավ է տեսնում մեծ պատկերը: Օրինակ, նա կարող է տեսնել, որ ձեր վեբկայքում փոփոխությունների կարիք կա, և միանգամից նախաձեռնել այդ փոփոխությունները, մինչդեռ գործակալությունը ճշգրտորեն հետևելու է ձեզ հետ ստորագրած պայմանագրի պայմաններին:

Երբ խոսքը վերաբերում է ստեղծագործական աշխատանքում ճկուն լինելուն, սահմանափակված չլինելը հզոր ուժ է:

Շատ կարևոր է նաև այն, որ երբ դուք հույսը չեք դնում մարքեթինգային գործակալության վրա, ձեր աշխատակազմի մնացած անդամները ևս ստիպված են լինում սովորել մարքեթինգի նրբությունները, քանի որ ձեր մարքեթինգի մասնագետը մշտապես կապի մեջ է (իդեալական դեպքում) իրենց բոլորի հետ:

Եվ վերջապես, չափազանց կարևոր է, որ ձեր ընկերության “պատմությունն” ու ողջ բովանդակությունը ճշգրտորեն արտացոլված լինեն ձեր վաճառքի ուղերձում (message): Սա նշանակում է, որ մարքեթինգի մասնագետը շարունակական կապի մեջ է նաև ձեր վաճառքների պատասխանատուի կամ թիմի հետ, ինչի շնորհիվ, վերջիններս ընդգրկված են լինում ընկերության ողջ բովանդակության ստեղծման գործընթացում:

Դրսի գործակալության կամ մասնագետի դեպքում, սա շատ դժվար է լինում իրականացնել, մինչդեռ, եթե մարքեթինգի մասնագետ ունեք ներսում, ապա սա դառնում է շարունակական և հետևողական պրոցես:

Ահա ևս մի քանի առավելություն.

- Մարքեթինգի լավ մասնագետը լավ ներդրում է հանդիսանում ձեր ընկերության ապագայի համար:
- Հմուտ մասնագետը բարձրացնում է ձեր ընկերության ստանդարտները:
- Եթե խոսքը գնում է այնպիսի ծրագրերի մասին, որոնք ենթադրում են ծանոթություն ձեր ընկերության ներքին հարցերին, ապա անկասկած, լավագույն տարբերակը աշխատակազմում մասնագետ ունենալն է:
- Տարիների ընթացքում, ես օգնում է ձեզ փող խնայել, քանի որ ձեր մարքեթինգի, հետևաբար նաև նոր հաճախորդ ձեռք բերելու գործընթացը դարձնում է շարունակական. դուք դադարում եք ժամանակ ծախսել ֆրիլանս մասնագետների ու գործակալությունների փնտրտուքների վրա:

Իսկ ինչպե՞ս գտնել այդպիսի մասնագետ (սրա մասին ավելի մանրամասն խոսել ենք մեր նախորդ հոդվածներում՝ [Ինչպես ՉՄՍԱԼՎԵԼ մարքեթինգային ծառայությունները ընտրելիս](#) և [Ի՞նչ արժեն մարքեթինգի ծառայությունները](#)):

Այդպիսի մասնագետներ իհարկե կան, սակայն նրանց գտնելը հեշտ չէ: Ձեզ հարկավոր է գրել աշխատանքի մասին հայտարարության տեքստը այնպես, որ այն հրավիրի ճիշտ մասնագետի ուշադրությունը, այնուհետև նայել բազմաթիվ CV-ներ, հետո հարցազրույցներ անցկացնել, վարձել, կրթել, սովորեցնել ձեր բիզնեսի մասին, նախքան նրանք կկարողանան արդյունքներ ապահովել:

Աշխատակազմում մասնագետ վարձելը ամենադժվար ճանապարհն է, սակայն, եթե կարողանաք ճիշտ մասնագետ գտնել, սա նաև անհամեմատ լավագույն ճանապարհն է:

Մարբերիկի ֆրիլանս մասնագետ



Ֆրիլանսերները այն մասնագետներն են, ովքեր ի տարբերություն ընկերության աշխատակիցների, տվյալ ընկերության հետ աշխատում են ծառայությունների պայմանագրով և իրականացնում են որոշակի կարճաժամկետ ծրագրեր: Հաճախ համարվում է, որ ֆրիլանսերները իրենք իրենց գործատուն են հանդիսանում (self-employed): Նրանք սիրում են ազատ լինել և իրենք ընտրել այն ընկերությունը, որի համար գործ են անելու:

Խնդիրները

- Լավ ֆրիլանս մասնագետ գտնելը հեշտ չէ:
- Ֆրիլանս մասնագետները սովորաբար միանգամից մի քանի ընկերության համար են գործ անում. երբեմն կարող է դժվար լինել դրանց բոլորի գործերը ժամանակին հասցնելը:
- Հնարավոր է, դուք փորձեք սովորեցնել նրանց, թե ինչպես է աշխատում ձեր բիզնեսը, իսկ նրանք, միևնույն է, անեն այն, ինչ իրենք են անում:
- Եթե ողջ տարվա ընթացքում տարբեր ֆրիլանս մասնագետներ եք վարձելու, հնարավոր է ձեզ համար ավելի էժան լինի լրիվ դրույքով աշխատակից վարձելը:
- Եթե ձեր մարբերիկի ծավալները մեծանան, հնարավոր է դրանք տվյալ ֆրիլանս մասնագետի ունակությունների շրջանակներից դուրս գան: Այդ դեպքում, ստիպված պետք է լինեք ավելի շատ ֆրիլանս մասնագետներ վարձել, իսկ այդ դեպքում հարկ կլինի ավելի խիստ վերահսկողություն իրականացնել, որպեսզի նրանք

միմյանց չխանգարեն կամ մեկը մեկի արածը չկրկնեն:

- Որոշ դեպքերում, ֆրիլանս մասնագետը հնարավոր է չափազանցված ներկայացնի իր հմտությունները, որպեսզի տվյալ գործի համար պայմանագիրն ինքը ստանա, այդ դեպքում ձեր գործը կբարդանա:
- Ֆրիլանս մասնագետը մենեջեր չէ: Եթե նա հիվանդանա կամ մեկ այլ պատճառով չկարողանա գործն անել, դուք պահեստային տարբերակ չեք ունենա: Այդ պատճառով, կարևոր է, որ աշխատեք միայն այնպիսի մասնագետների հետ, որոնք ապացուցել են իրենց վստահելիությունը:

Առավելությունները

- Ընտրությունը շատ մեծ է՝ ֆրիլանս մասնագետները շատ-շատ են: Ինչպիսի ծրագիր կամ առաջադրանք էլ լինի, դրա համապատասխան մասնագետ գտնել հնարավոր է: Upwork, Freelancer և նմանատիպ այլ կայքերը կարող են ձեզ օգնել գտնել ձեր ուզած մասնագետին, մոտավորապես այն գնի կեսով, ինչ ստիպված կլինեիք վճարել, եթե ձեր ընկերության աշխատակից կամ գործակալություն վարձեիք:
- Նրանց ծառայություններն ավելի էժան են, քան գործակալություններինը (եթե իհարկե համաշխարհային մասշտաբի աստղ չեք վարձում): Նրանք համաձայն են ավելի քիչ գումարով աշխատել, քանի որ վրադիր ծախսեր չունեն. ստիպված չեք լինի վճարել գրասենյակային տարածքի, սարքավորումների, սովորեցնելու, ձեր գործին ծանոթացնելու և այլ բաների համար:
- Դուք երկարաժամկետ պայմանագրով սահմանափակված չեք լինի:
- Մեծ մասամբ, նրանք ճկուն ժամանակացույց ունեն: Սովոր են աշխատել մենակ: Անկախությունը նրանց համար նորմա է, այդ պատճառով ստիպված չեք լինի շատ ժամանակ ծախսել նրանց ծրագրին ծանոթացնելու, ամեն քայլը վերահսկելու և ուսուցանելու համար:
- Նրանք կարող են աշխատել ձեզ համար իրենց տնից կամ հեռավորության վրա:
- Քանի որ նրանք մեծ մասամբ կարճաժամկետ գործեր են իրականացնում, նրանք իրենց գործն անում են առանց չափազանց շատ հարցեր տալու: Եթե ձեզ միայն արդյունքներն են

հետաքրքրում, ապա ֆրիլանս մասնագետը ձեզ համար լավագույն տարբերակն է՝ ստիպված չեք ներգրավվել ամեն մանրուքի մեջ:

- ☞ Ֆրիլանսերները ներկայացնում են երկու տարբերակների ոսկե միջինը. դուք չեք լինի այնքան ՉՆԵՐԳՐԱՎՎԱԾ, որքան եթե գործակալություն վարձեք, սակայն ստիպված էլ չեք լինի այնքան ներգրավվել վերահսկողության հարցերում, որքան աշխատակից վարձելու դեպքում:
- ☞ Քանի որ ֆրիլանսերները շատ տարբեր հաճախորդների, ծրագրերի ու բնագավառների հետ են գործ ունենում, սովորաբար տեղեկացված են լինում այդ բնագավառների նորություններին, ծանոթ են լինում վերջին բիզնես մոդելներին ու ծրագրերին:
- ☞ Նրանք, հնարավոր է, արդեն մի քանի անգամ աշխատած են լինում նմանատիպ ծրագրերի վրա, որ ձեզ է անհրաժեշտ, և փորձ ու գիտելիքներ են ունենում դրանց մասին: Հնարավոր է նաև, որ նրանք մասնակցած լինեն այդ թեմաներով ուսուցողական ծրագրերի, որպեսզի շարունակեն մրցունակ լինել, ինչը նույնպես ձեզ համար առավելություն կլինի:
- ☞ Ֆրիլանս մասնագետները իրենք իրենց ղեկավարն են: Նրանք վարում են իրենց գործերը, կառավարում են իրենց հաճախորդների հարցերը և ձգտում են լինել բացարձակ լավագույնը իրենց գործում: Նրանց աշխատանքը ուղղակիորեն կախված է հաճախորդների կարծիքներից և վերաբերմունքից, այդ պատճառով նրանք անում են հնարավոր ամեն ինչ հաճախորդին գոհացնելու համար:
- ☞ Ֆրիլանսերների հետ հաղորդակցությունը շատ հեշտ է, քանի որ նրանց հատուկ ժամեր չունեն հաղորդակցվելու, օրինակ էլեկտրոնային փոստին պատասխանելու համար: Սակայն, չի բացառվում նաև, որ նրանք որոշ ժամանակով անհետատան ձեր տեսադաշտից, քանի որ զբաղված են այլ հաճախորդների գործերով:
- ☞ Ֆրիլանսի հետ կապված ամենամեծ առավելությունն այն է, որ նրանք շատ լավ հասկանում են, թե աշխատանքի որակը որքան կարևոր է և միշտ մոտիվացված են լավ տպավորություն թողնել հաճախորդի վրա, որպեսզի իրենց նորից վարձեն: Կարճ ասած, նրանց բիզնեսը ուղղակիորեն կախված է իրենց աշխատանքի բարձր որակից:

Իհարկե, հրաշալի ֆրիլանս մասնագետներ պատահում են այս կյանքում, սակայն, պատրաստ եղեք նրան, որ բազմաթիվ հարցազրույցներ պետք

Է անցկացնեք, մինչև որ ճիշտ մասնագետին գտնեք, իսկ դա ձեզնից հսկայական ժամանակ կպահանջի:

Նախքան վարձելը, մանրամասն ուսումնասիրեք նրանց աշխատանքի գործընթացը և ոճը, ինդրեք, թող նմանատիպ աշխատանքի օրինակներ ցույց տան: Հարցրեք, արդյո՞ք ազատ են ձեզ անհրաժեշտ ժամանակահատվածում: Ձեզ համար այնքան էլ ցանկալի չի լինի, եթե նրանց կորցնեք այն պահերին, երբ նրանք ձեզ ամենից շատ են անհրաժեշտ:

Մարքեթինգի ընկերություն



Մարքեթինգի ընկերությունները կարող են օգնել ձեզ ստեղծել մարքեթինգի ռազմավարություն, մարքեթինգի պլան կամ էլ ստեղծել ու կառավարել մարքեթինգի արշավներ ձեր ընկերության համար: Կարող են իրականացնել նաև ավելի նեղ սպեկտրով ծառայություններ՝ օրինակ սոցցանցերով մարքեթինգ կամ մարքեթինգային հետազոտություն:

Մարքեթինգի ընկերությունների մի քանի տեսակներ գոյություն ունեն. սխալ ընկերություն վարձելը կարող է բերել ժամանակի ու փողի կորուստների: Այդ պատճառով, նախքան ընկերություն վարձելու լավ ու վատ կողմերը քննարկելը, ներկայացնենք մարքեթինգային ընկերությունների մի քանի տեսակներ՝ դա ձեզ կօգնի ընտրություն կատարելիս:

Մարքեթինգի խորհրդատվություն (marketing consulting).

ստեղծում է մարքեթինգ պլան ձեր ընկերության համար կամ իրականացնում է արդեն ունեցած մարքեթինգ պլանի աուդիտ և առաջարկություններ է անում դրա վերաբերյալ: Խորհրդատվական ընկերությունները սովորաբար ուղղակիորեն իրենք չեն իրականացնում մարքեթինգ պլանը, այլ խորը վերլուծում են ձեր ընկերության մարքեթինգի կարիքները և ստեղծում են մարքեթինգ պլան: Կամ էլ, նոր պրոդուկտ ներկայացնելու կամ նոր շուկա մտնելու վերաբերյալ գործողությունների պլան են առաջարկում:

Թվային մարքեթինգ (digital marketing). օգնում են օգտագործել ինտերնետի, որոնման հարթակների և սոցցանցերի հնարավորությունները ձեր ընկերության մարքեթինգի համար: Նրանք

կարող են օգնել ձեզ ստեղծել կամ բարելավել ձեր կայքը և սկսել e-commerce-ի ծառայություն: Սրանք նաև խորհուրդ են տալիս, թե ինչպես օգտագործելով սոցցանցերը, հաղորդակցվեք ձեր ներկայիս ու հնարավոր հաճախորդների հետ:

Ուղիղ մարքեթինգ (direct marketing). օգնում են ձեզ պլանավորել ու իրականացնել նամակագրությամբ մարքեթինգի արշավներ: Նրանք կարող են ձեզ տրամադրել ձեր ձեր թիրախային լսարանի էլփոստի հասցեների բազա և գրել նամակներ և ուղարկել դրանք:

Մարքեթինգի հաղորդակցություն (marketing communication). օգնում են պլանավորել ու ստեղծել հաղորդակցության համար կյուբեր, օրինակ, բրոշյուրներ, ուղեցույցներ և այլն: Նրանք ապահովում են գրելու, դիզայնի, տեսանյութերի պատրաստման և այլ ծառայություններ:

Իսկ այժմ նայենք մարքեթինգային ընկերություն վարձելու լավ ու վատ կողմերին:

Խնդիրները

- Մարքեթինգային ընկերության ծառայությունները թանկ են, զգալիորեն ավելի թանկ, քան ֆրիլանս ծառայությունները:
- Նրանք սովորաբար երկարաժամկետ պայմանագրով են աշխատում, ինչը դժվարացնում է նրանցից ազատվելը, եթե գոհ չեք իրենց ծառայություններից:
- Չնայած, որ ընկերություններում բարձր պաշտոններ զբաղեցնող մասնագետները իրենց գործի գիտակներ ու շատ հարգված մասնագետներ են, ավելի ցածր պաշտոնների համար նրանք երբեմն վարձում են պակաս որակավորում ունեցող մասնագետների: Պատճառն այն է, որ ավելի բարձր որակավորում ունեցողները կամ անցնում են ֆրիլանսի, կամ էլ ավելի բարձր պաշտոնների:
- Եթե ընկերությունը ծանոթ չէ ձեր բնագավառին կամ ձեր բրենդին, ապա ծանոթանալը երկար կարող է տևել: Բացի դրանից, քանի որ ընկերությունները աշխատում են միանգամից մի քանի բիզնեսների հետ, նրանց հետ հաղորդակցությունը կարող է ավելի դանդաղ լինել:
- Ընկերությունների հետ գործ ունենալը ընդհանրապես, ավելի ժամանակատար է. դուք պետք է շատ ժամանակ հատկացնեք, որ մարքեթինգային ընկերության ողջ թիմին բացատրեք, թե ինչ եք

ցանկանում իրականացնել: Պետք է սպասեք, մինչև պայմանագիրը ստորագրվի, պետք է ստիպված լինեք գործ ունենալ 9-18-ը աշխատող մասնագետների հետ. լավագույն տարբերակը չէ, եթե ձեր գործը շտապ է կամ էլ ժամկետները կարճ են:

Առավելությունները

- Դուք մեկ պայմանագրով կարողանում եք աշխատել մարքեթինգի մասնագետների մեկ ընդհանուր թիմի հետ, որը կարող է ապահովել բոլոր ցանկալի հմտությունները:
- Նրանք պատրաստ են ստանձնել ցանկացած ծրագիր: Ձեր կողմից որևէ աջակցություն չի պահանջվում:
- Ձեզ հարկավոր չէ ներգրավված լինել մարքեթինգի ծրագրերի կառավարման մեջ: Մարքեթինգի ընկերությունն ինքն է կառավարում, պլանավորում, նպատակներն ու թիրախները սահմանում և հոգ տանում, որ թիմը աշխատի և սխալներն ու խոչնդոտները ժամանակին հաղթահարվեն:
- Բացի դրանից, նրանց գործն է լինում նաև արագ լուծումներ կամ տարբերակներ առաջարկել, եթե ծրագիրը լավ չի ընթանում: Դուք ստիպված չեք լինի ինքներդ ներգրավվել ամենօրյա խնդիրներում, նրանք կարիք չունեն, որ իրենց ձեռքը բռնած ուղղորդեն: Փաստորեն, նրանք ձեր ուսերից վերցնում են ծրագրերի ու աշխատողների ղեկավարման բեռը:
- Եթե ձեր մարքեթինգի ծավալը մեծ է, ապա մարքեթինգային ընկերությունը ձեզ համար հարմար լուծում է: Չնայած բարձր գների, ընկերության արդյունքներն ավելի գոհացուցիչ են լինում: Նրանք հոգ են տանում աշխատանքի որակի և արդյունքների մասին, քանի որ իրենց համբավը ուղղակիորեն կախված է դրանցից:

Եզրափակելով ասվածը.

Շատ դեպքերում ֆրիլանս մասնագետները լավագույն տարբերակն են կարճաժամկետ, որոշակի ծրագրերի դեպքում: Նրանք միշտ պատրաստ են գործի անցնել և լավ կատարել այն, որպեսզի հաջորդ պատվերը ստանան:

Մարքեթինգային ընկերությունները լավ տարբերակ են, երբ ձեր մարքեթինգի ծավալը մեծ է, և ձեզ բազմաթիվ մասնագետներ են հարկավոր, և եթե չեք ցանկանում ներգրավված լինել աշխատանքներում: Սակայն, հաշվի առեք նաև, որ այդ ընկերությունների աշխատակիցները շատ բաներով նման են լրիվ դրույքով աշխատող աշխատակիցների, ովքեր առանձնապես մտահոգված չեն աշխատանքը կորցնելով, եթե բավարար չափով ոգևորությամբ չաշխատեն:

Իսկ, երբ խոսքը գնում է ռազմավարության և լավ կառավարման, ձեր ներքին խոհանոցին լավատեղյակության և ձեր մյուս մասնագետների հետ սերտորեն աշխատելու մասին, լավագույն տարբերակը ձեր ընկերությունում դրույքով աշխատակից վարձելն է:

Մյուս հոդվածում կներկայացնենք.

- Ընկերությունների հիմնադիրներն ու ղեկավարներն ինչ նվազագույն գիտելիքներ պետք է ունենան, որպեսզի ավելի տեղեկացված որոշումներ կայացնեն մարքեթինգի հարցերում:

Կարդացեք նաև այս թեմաներով մեր նախորդ հոդվածները.

[Ինչպես ՉՍԽԱԼԿԵԼ մարքեթինգային ծառայությունները քնտրելիս](#) և

[Ի՞նչ արժեն մարքեթինգի ծառայությունները:](#)



mct.am

info@mct.am

mctarmenia@gmail.com

011553351