

Подрядчик должен покориться: Инхаус VS аутсорс в маркетинговых проектах

Григорий Ковшов

Руководитель службы
маркетинга, «Газинформсервис»



Залетай в канал:)

Немного нудятины и всяких там цифр

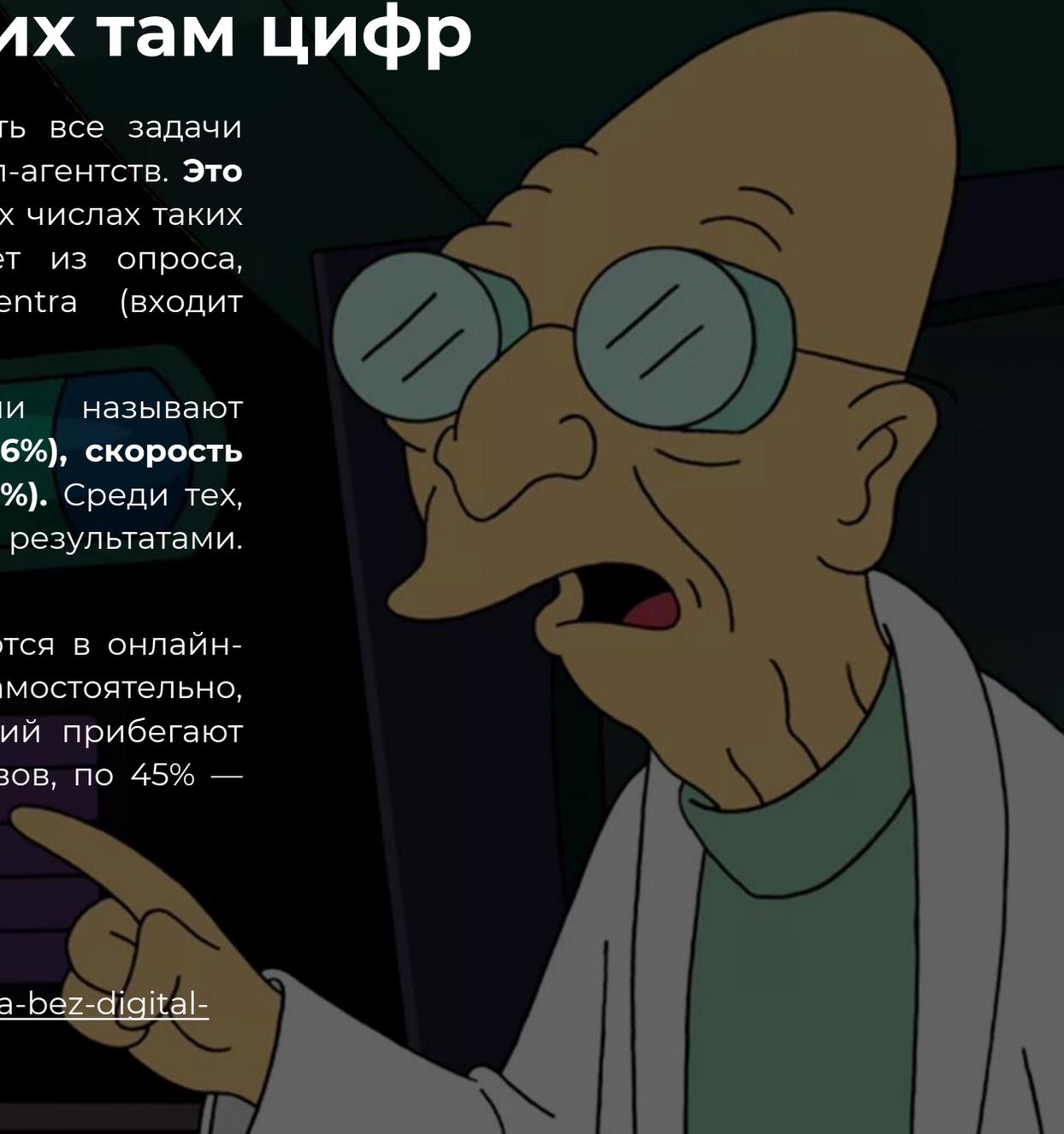
23% рекламодателей стремятся самостоятельно закрывать все задачи по диджитал-маркетингу и не прибегать к помощи диджитал-агентств. **Это число увеличилось на 53% за два года**, однако в абсолютных числах таких компаний на российском рынке пока не много, следует из опроса, проведённого маркетплейсом рекламных продуктов Centra (входит в «Риалвеб»).

Причинами перехода к инхаус-маркетингу компании называют **прозрачность процессов и больший уровень контроля (86%), скорость решения задач (81%) и экономическую эффективность (72%)**. Среди тех, кто ведёт интернет-маркетинг внутри, 65% удовлетворены результатами. Больше всего довольны качеством размещений и креативов.

45% опрошенных рекламодателей сообщили, что продвигаются в онлайн-пространстве в гибридном формате: часть задач закрывают самостоятельно, а часть — делегируют внешним подрядчикам. 67% компаний прибегают к помощи в вопросах аналитики, 59% — в создании креативов, по 45% — в медиапланировании и закупках.

Источник:

<https://www.sostav.ru/publication/23-reklamodatelej-obkhodyatsya-bez-digital-agentstv-64041.html>



Подрядчик должен покориться: Инхаус VS аутсорс

Инхаус VS аутсорс - что это, противостояние или выгодный тандем?

**Каждый маркетолог для себя решаем сам.
Хотелось бы верить, что тандем, но...**



Вводная:

“Даже крупные компании, имея собственные маркетинговые подразделения и обладая компетенциями для самостоятельного решения задач, могут столкнуться с необходимостью аутсорсинга. Например, при кратном увеличении количества задач и недостатке ресурсов, или при решении специализированных задач. Часто компании опасаются передавать работу на сторону из-за страхов, в том числе потому, что внешние специалисты могут быть менее вовлеченными в проект, и это скажется на результате”.

Деньги

Время

Качество

Суперсила (НИОКР)

Варианты микса в маркетинге:

Инхаус VS аутсорс

- Все делать только самим. Хочешь что-то сделать хорошо и с первого раза - сделай это сам.
- Привлекать частично, там где нужно
- Привлекать по полной и выполнять задачи привлекая подрядчиков
- Не иметь ярко выраженной стратегии работ, миксовать от случая к случаю, от бюджета к бюджету

Скажи мне, а в чем сила, брат?

В правде

В деньгах

Во времени

В идеях

В команде



Наш ТОП мифов, которые мы сейчас с вами развенчаем.

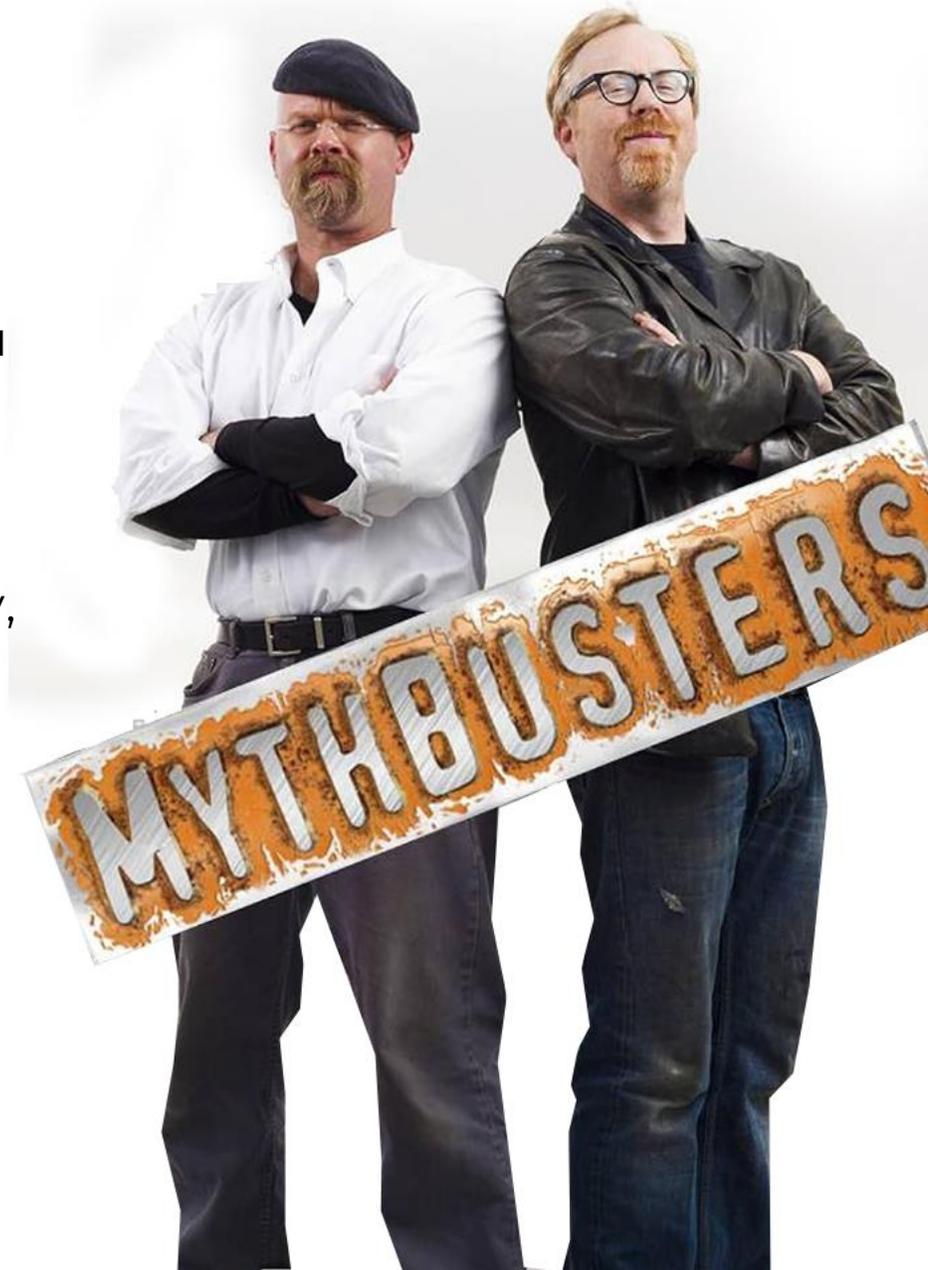
Миф 1. Нанять команду в штат выгоднее

Поиск штатного сотрудника может занять много времени и ресурсов.

От аутсорсера можно получить сотрудников с нужными компетенциями и опытом, способных быстро погрузиться в детали задачи, тем самым сэкономить время.

При аутсорсинге оплата только за выполненную работу, без необходимости оплаты труда и дополнительных социальных гарантий.

В ряде случаев передача задач на реализацию внешней команде может быть более выгодной для бизнеса.



Миф 2. На результат нацелены только штатные специалисты

Инхаус-команда глубоко знает особенности проекта, и это предоставляет дополнительные преимущества, если руководитель проекта может качественно выстроить процессы.

НО! Аутсорсер умеет быстро погружаться в новые задачи за счет разнообразного и обширного опыта (насмотренность).

При аутсорсинге обе стороны имеют общие цели: бизнес хочет получить реализованный проект, а исполнитель — сделать его в соответствии с критериями приемки и техническим заданием.

В конечном итоге оба хотят получить прибыль.

NB: при передаче на аутсорс необходимо подготовить максимально подробные и четкие брифы и ТЗ и определить заранее итоговые критерии оценки.



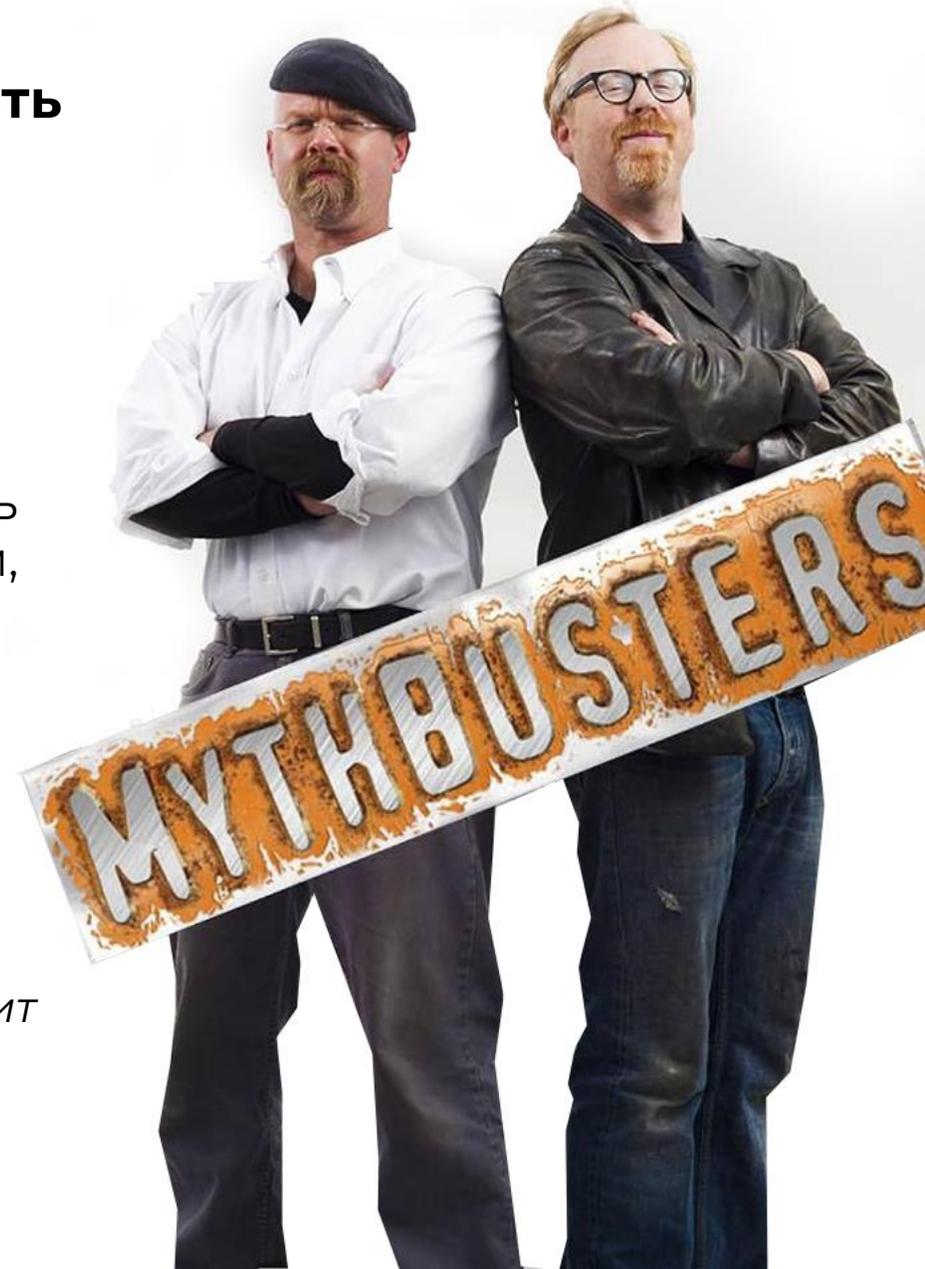
Миф 3. Инхаус-команду легче проконтролировать

Кажется что контролировать работу инхаус-команды проще.

Но это не всегда справедливо, например, если сотрудники не отчитываются о затратах по времени на реализацию конкретных задач.

Аутсорсер всегда нацелен на эффективную работу, ведь ему важно реализовать все договоренности с клиентом, весь объем работ выполнить и уложиться в сроки и бюджет заказчика. Как следствие - создать продукт надлежащего качества, согласовав критерии приемки на входе и придя к общей победе.

В итоге аутсорсинг обеспечивает большую прозрачность реализации проекта: заказчик заранее знает, сколько и на какие задачи потратит, какого качества, когда и какой получит результат.

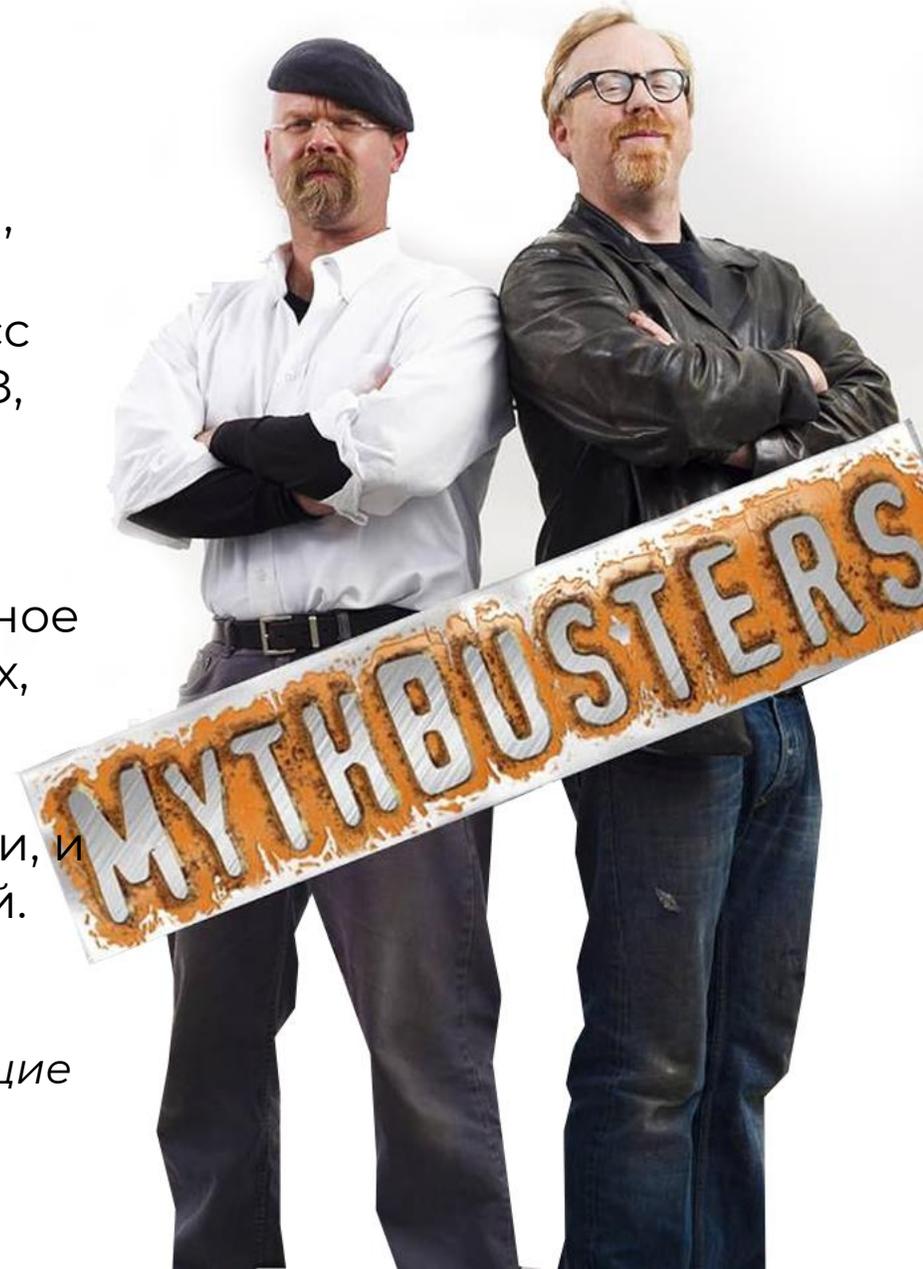


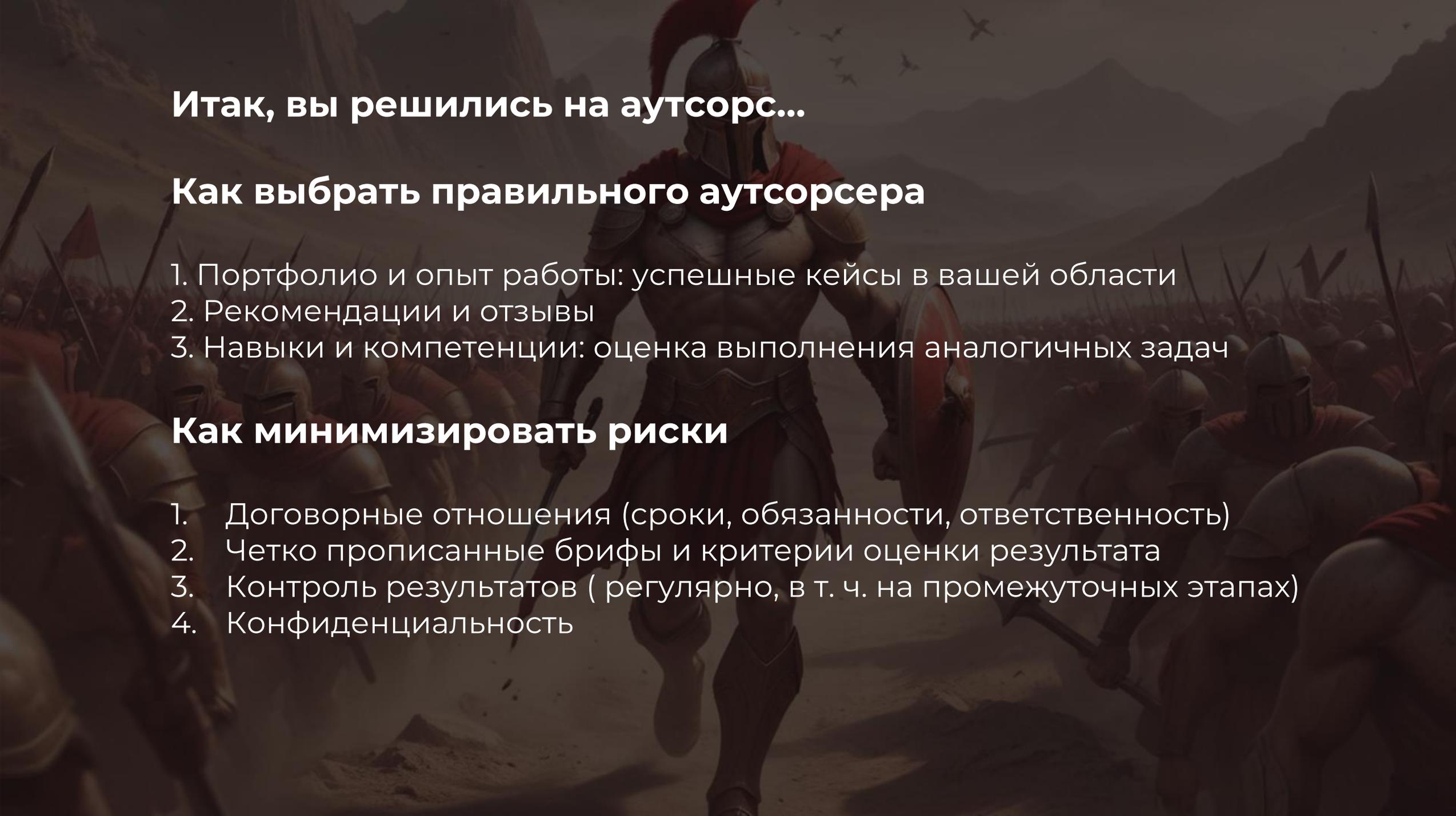
Миф 4. Погружение аутсорс-команды в специфику проекта ресурсозатратно

Погружение в проект — сложный процесс, который зависит от организации работы внутри проекта и задач, поставленных заказчиком перед специалистами. Минимизировать затраты времени и выстроить процесс передачи дел специалистам поможет документация (ТЗ, бриф, чек-лист и дорожная карта проекта).

Также важны выстроенные коммуникации, понимание командой бизнес-процессов и ценностей клиента, полное информирование о потенциальных рисках и проблемах, которые нужно учесть при реализации проекта. Чек-лист поможет проверить, переданы ли все необходимые сведения команде, соблюдаются ли сроки, и сделает работу точно более прозрачной и эффективной.

Если заказчик и внешняя команда работают в тесном взаимодействии и не первый раз, а также они разделяют общие цели и ценности, то такой аутсорсинг становится выгодным решением.





Итак, вы решились на аутсорс...

Как выбрать правильного аутсорсера

1. Портфолио и опыт работы: успешные кейсы в вашей области
2. Рекомендации и отзывы
3. Навыки и компетенции: оценка выполнения аналогичных задач

Как минимизировать риски

1. Договорные отношения (сроки, обязанности, ответственность)
2. Четко прописанные брифы и критерии оценки результата
3. Контроль результатов (регулярно, в т. ч. на промежуточных этапах)
4. Конфиденциальность

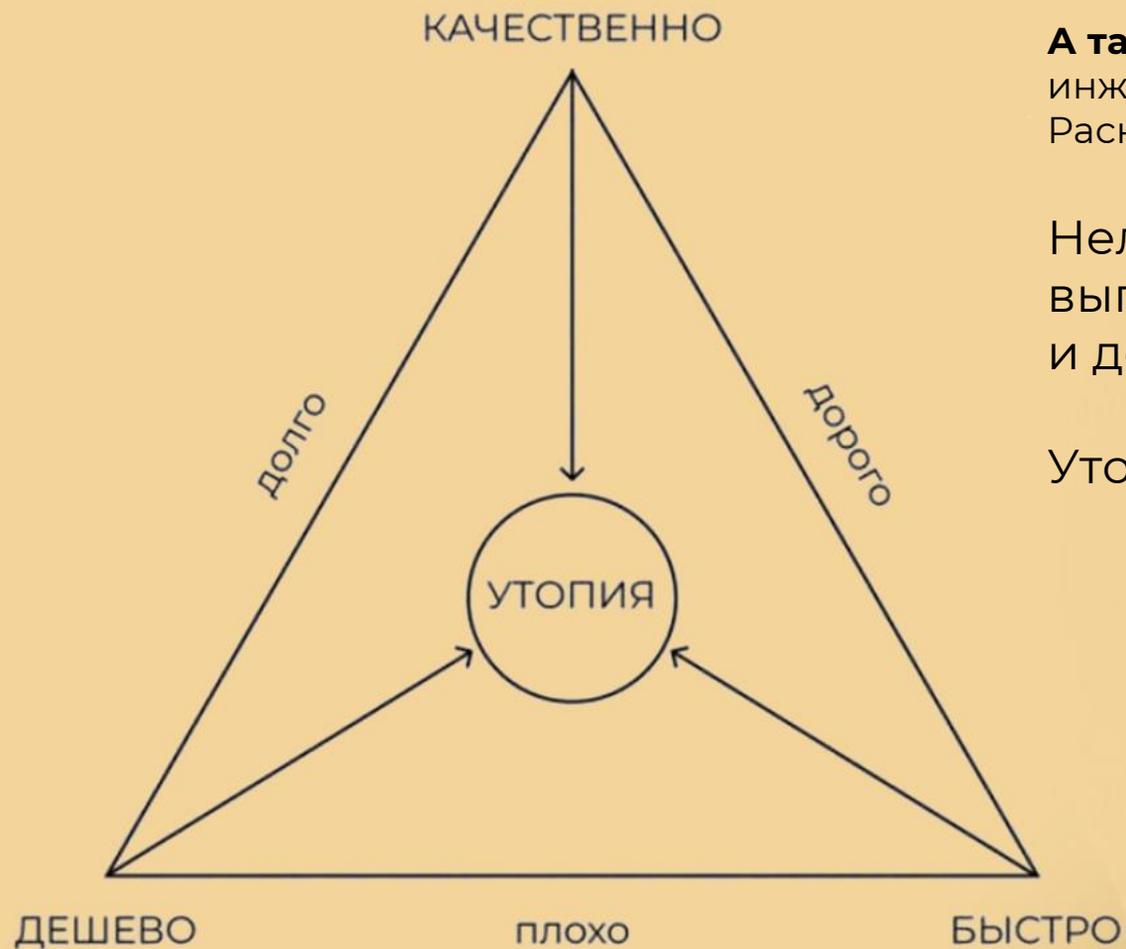
Общие выводы:

В ряде случаев передача задач на реализацию внешней команде может быть более выгодной для бизнеса.

Даже крупная компания может выиграть от аутсорсинга

Привлечение внешних экспертов позволяет усилить команду без необходимости нанимать новых сотрудников

**Но что еще спрятано от глаз обывателя?
Кейсы, цифры или все под NDA??**



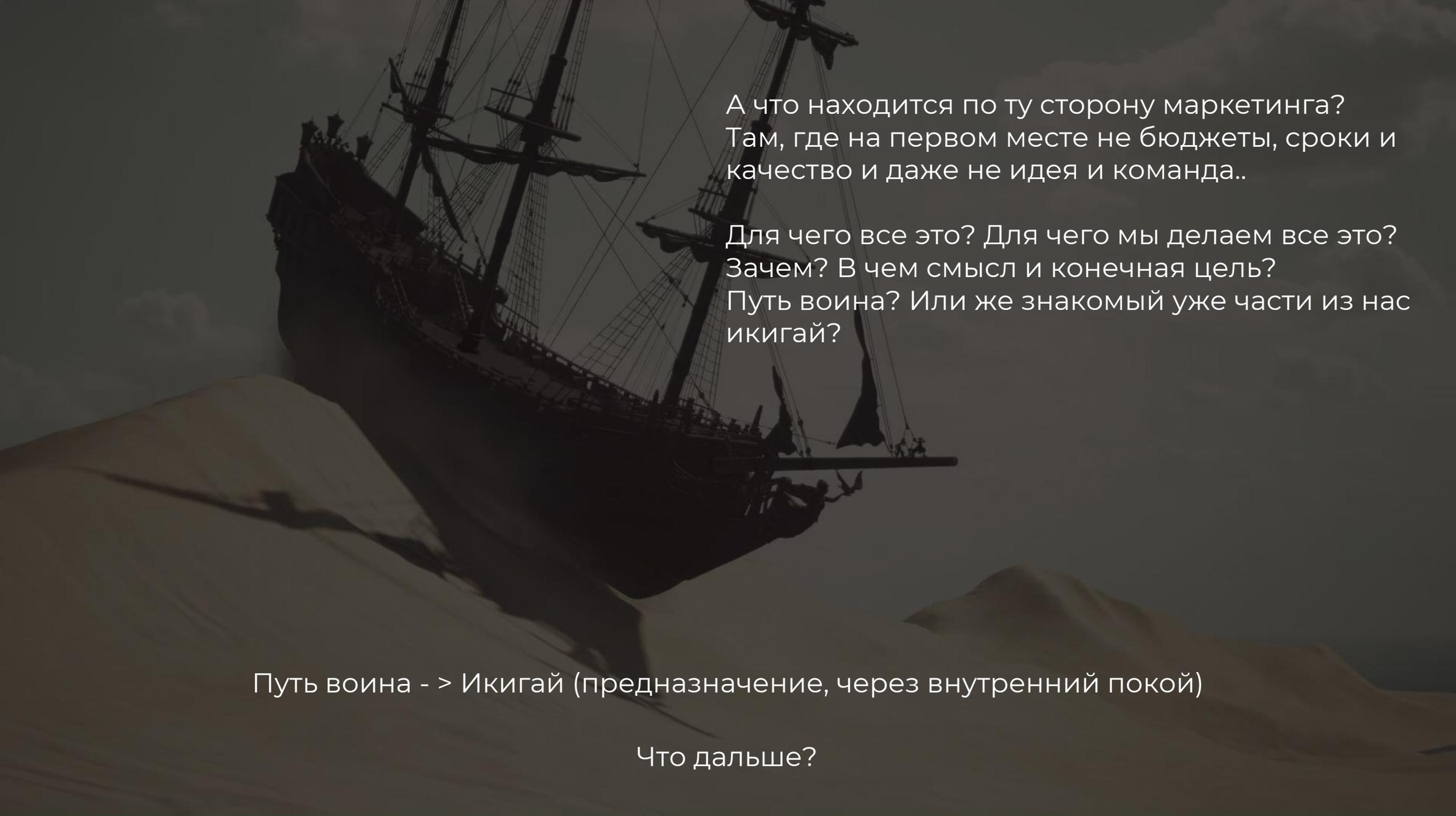
Треугольник Хопкинса

А так ли прав дружисе Клод К. Хопкинс (а также британский инженер Николас Мартин Лаймер Барнс, а также философ Джон Раскин)?

Нельзя выполнить работу при одновременном выполнении всех трех условий: быстро, качественно и дешево.

Утопия или...?



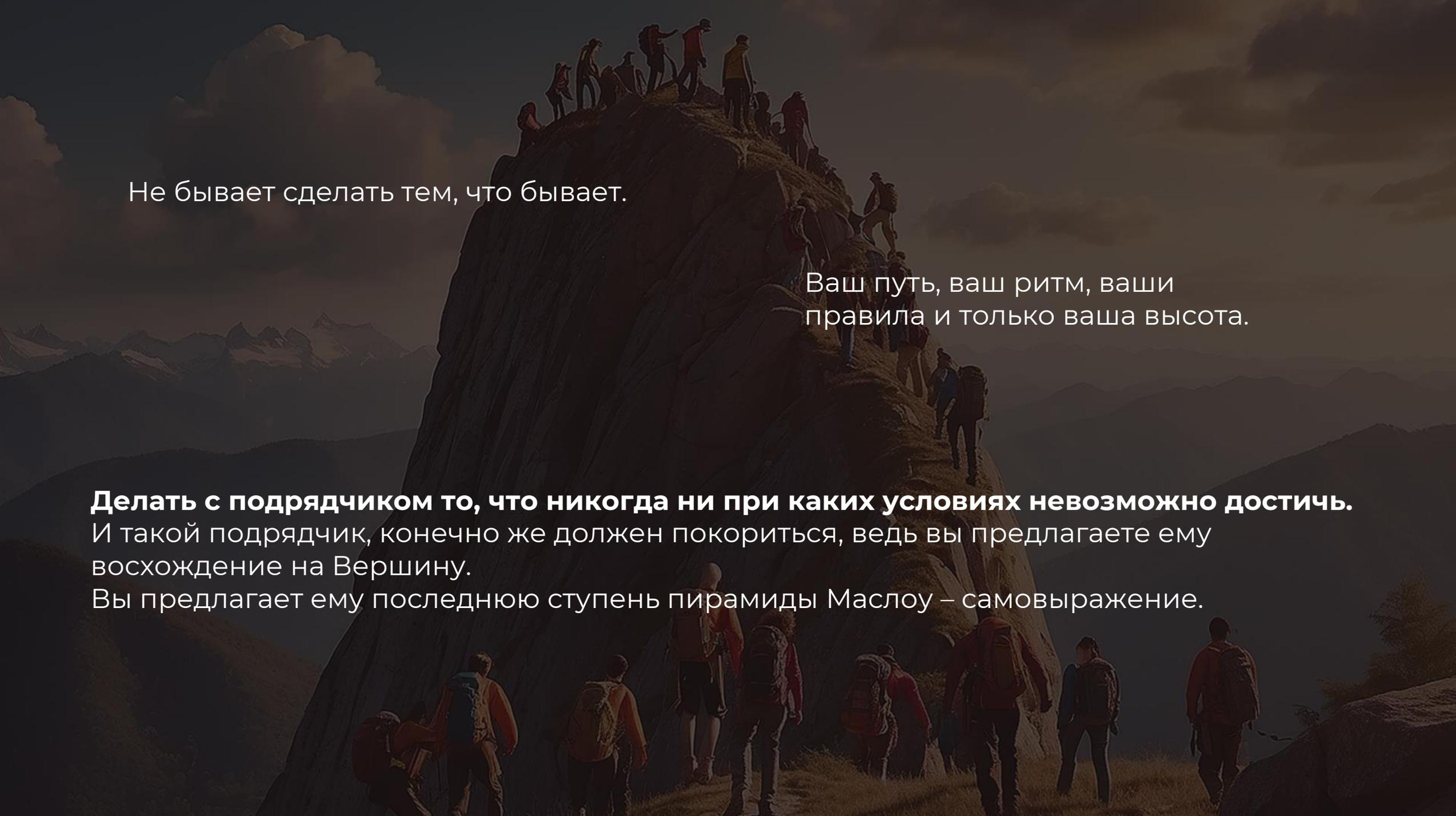
A dark, atmospheric photograph of a three-masted sailing ship, possibly a galleon, on a sea of sand dunes. The ship is silhouetted against a dark, overcast sky. The dunes are rolling and create a sense of a vast, desolate landscape. The overall mood is somber and contemplative.

А что находится по ту сторону маркетинга?
Там, где на первом месте не бюджеты, сроки и
качество и даже не идея и команда..

Для чего все это? Для чего мы делаем все это?
Зачем? В чем смысл и конечная цель?
Путь воина? Или же знакомый уже части из нас
икигай?

Путь воина - > Икигай (предназначение, через внутренний покой)

Что дальше?



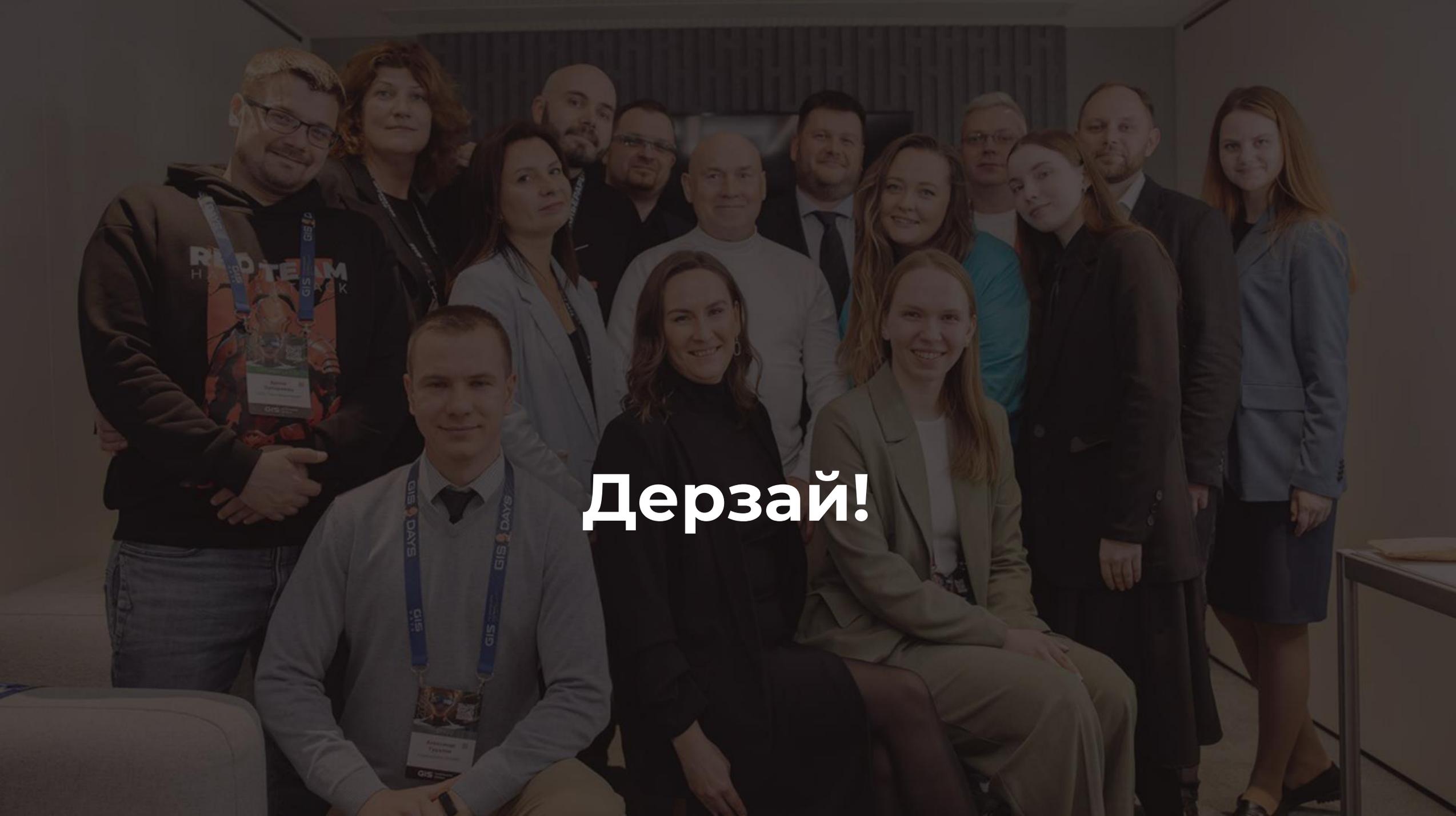
Не бывает сделать тем, что бывает.

Ваш путь, ваш ритм, ваши
правила и только ваша высота.

Делать с подрядчиком то, что никогда ни при каких условиях невозможно достичь.

И такой подрядчик, конечно же должен покориться, ведь вы предлагаете ему восхождение на Вершину.

Вы предлагает ему последнюю ступень пирамиды Маслоу – самовыражение.



Дерзай!

Спасибо за внимание.



Kovshov-g@gaz-is.ru

7 911 944 37 88

Залетай в канал:)