

La externalización de servicios como clave económica empresarial

Durante el desarrollo de las funciones profesionales, cualquier empresa ya sea pyme o gran empresa, se ha de enfrentar en algún momento a las exigencias sociales y realizar tareas de comunicación y marketing, para las que se ha de definir una estrategia propia y efectiva

Es en este punto donde entra en juego una variable de gran relevancia que marcará el transcurso de dichas tareas: ¿Crear un departamento propio o externalizarlo? En el contexto actual, la segunda opción es la que se ha desarrollado con más efectividad, sobretodo si no se tienen recursos económicos para la contratación de personal.

Pero, ¿cuáles son realmente las ventajas de externalizar un servicio de comunicación y marketing? Enumerando algunas de ellas:

- El coste inferior de externalizar este servicio resulta más asequible que tener empleados propios.
- Disponer a un equipo de profesionales que siempre sirve de apoyo en cualquier caso.
- Homogeneizar la imagen de la empresa, tanto internamente como externamente, al disponer de profesionales especializados en áreas como la de diseño gráfico.
- De cara a los clientes, las agencias tienen una perspectiva muy especializada del mercado al trabajar con diferentes tipos de clientes y empresas, de manera que siempre tiene trabajadores específicos para cada área. Esto también es positivo para la búsqueda de contactos o clientes potenciales al generar fuertes vínculos de networking.
- Relacionarse con el entorno, tanto con clientes como con proveedores, creando o mejorando la reputación online y aportando una visión externa que sirve de feedback para la propia empresa.
- Monitorizar lo que se hable de uno mismo y de la empresa en Internet.
- La flexibilidad de las agencias permite disponer de suficientes recursos ante tareas más grandes como grandes eventos o el lanzamiento de nuevos servicios.
- Es la solución a cualquier necesidad comunicativa, ya que los diferentes profesionales que forman la agencia pueden barajar más opciones ante las diferentes adversidades.

Lo que hay tener claro es que la labor de comunicación es fundamental en el éxito de los negocios. Por eso, acertar con la elección de la agencia es clave. Lo más sensato es seleccionar a alguna firma que entienda su cultura empresarial y que comparta las dificultades que ha tenido que superar en los primeros años de vida del negocio.

Y vosotros, ¿tenéis este servicio externalizado o dentro de vuestra empresa?

Autor: Carlus Cardona, periodista y gestor de cuentas en e-deon.net

Datos de contacto:

e-deon.net - Marketing · Diseño · Comunicación

e-deon.net, agencia de marketing

931929647

Nota de prensa publicada en: [Sant Cugat del Vallès](#)

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>