

# Co je outsourcing

Poslední aktualizace 1 dubna, 2025

Outsourcing je předání marketingových nebo prodejních aktivit externím partnerům místo jejich správy interním týmem. To firmám umožňuje soustředit se na hlavní obchodní cíle a využít zkušeností specialistů v konkrétních oblastech, jako je digitální marketing, obsahová strategie a další. Společnosti díky tomu mohou dosáhnout lepších výsledků, aniž by musely budovat vlastní rozsáhlé oddělení.

## Mezi nejčastěji outsourcované činnosti patří:

- **Online marketing** – správa [PPC](#) kampaní, [SEO](#), [e-mail marketing](#).
- **Obsahový marketing** – tvorba článků, správa sociálních sítí, copywriting.
- **Grafický design a branding** – návrh vizuální identity, webdesign.
- **Lead generation** – získávání kontaktů na potenciální zákazníky.
- **Externí prodejní týmy** – cold calling, prodejní konzultace.
- **Zákaznická podpora** – odpovídání na dotazy klientů, řešení problémů, live chat a e-mailová komunikace.

*Příklad: E-shop outsourcuje správu reklamních kampaní na Facebooku a [Google Ads](#) externí agentuře, která má zkušenosti s PPC reklamou a může dosáhnout lepších výsledků.*

## Výhody outsourcingu

Outsourcing marketingových a prodejních aktivit přináší firmám řadu benefitů, které jim umožňují lépe škálovat svůj růst a efektivně řídit rozpočet.

- **Přístup ke specialistům** – Externí odborníci mají hluboké znalosti v oblasti digitálního marketingu, analýzy dat nebo konverzní optimalizace.
- **Úspora nákladů** – Místo budování interního týmu lze platit pouze za konkrétní služby nebo kampaně.
- **Rychlá implementace** – Zkušená agentura může spustit marketingové aktivity mnohem rychleji než interní tým, který se musí nejprve zaškolit.
- **Flexibilita a škálovatelnost** – Firma může upravit rozsah spolupráce podle aktuálních potřeb a rozpočtu.
- **Měřitelné výsledky** – Profesionální agentury často pracují s přesnými [KPI](#)

a reportují výsledky kampaní v reálném čase.

***Příklad:** [SaaS](#) firma si najme externí agenturu pro [obsahový marketing](#), která se specializuje na [SEO](#) a dokáže zvýšit [organickou návštěvnost](#) webu bez nutnosti budování interního týmu copywriterů.*

## Jaké nevýhody může outsourcing mít?

I když outsourcing přináší mnoho výhod, může mít i své nevýhody, které je třeba při výběru dodavatele zvážit.

- **Ztráta kontroly** – Externí agentura nemusí být vždy stoprocentně sladěna s firemní kulturou a hodnotami značky.
- **Bezpečnostní rizika** – Při sdílení firemních dat s třetími stranami může dojít k úniku informací.
- **Nutnost správného výběru dodavatele** – Spolupráce s nevhodným partnerem může vést k nízké kvalitě služeb nebo neefektivnímu využití rozpočtu.
- **Komunikační bariéry** – Externí tým nemusí být vždy dostupný v okamžiku, kdy je potřeba rychlá reakce.

***Příklad:** Firma outsourcuje správu sociálních sítí agentuře, která ale nereaguje dostatečně rychle na krizové situace, což může poškodit reputaci značky.*

## Kdy se outsourcing vyplatí?

Outsourcing marketingových a prodejních aktivit je ideální pro firmy, které:

- Nemají interní tým s potřebnou expertizou.
- Chtějí ušetřit náklady na dlouhodobé zaměstnance.
- Potřebují rychle spustit kampaň nebo nový produkt.
- Hledají strategického partnera pro růst a expanzi na nové trhy.

***Příklad:** Malá technologická firma bez interního obchodního týmu si najme externí specialisty na [B2B](#) prodej, kteří pomohou s akvizicí nových klientů.*

## Jak outsourcing efektivně řídit?

- **Definujte cíle a očekávání** – Stanovte si jasná KPI (např. růst návštěvnosti, počet [konverzí](#), návratnost investic).
- **Vyberte správného dodavatele** – Prověřte reference, [případové studie](#) a zkušenosti agentury.
- **Nastavte pravidelnou komunikaci** – Pravidelné reporty a status cally pomohou udržet kontrolu nad výkonem.
- **Používejte nástroje pro spolupráci** – Sdílené dashboardy, analytické platformy a [CRM systémy](#) pomáhají sledovat výsledky v reálném čase.

***Příklad:** E-shop využívá outsourcing PPC reklamy a sleduje výkonnost kampaní přes sdílený Google Data Studio report.*

## Shrnutí

Outsourcing je efektivní strategie pro firmy, které chtějí využít zkušeností odborníků, snížit náklady a zvýšit flexibilitu. Klíčem k úspěchu je **správná volba dodavatele, jasná definice cílů a pravidelné vyhodnocování výsledků.**

Před outsourcingem pečlivě zvažte, které činnosti se vyplatí delegovat a které si ponechat interně, aby byl marketingový a prodejní proces co nejefektivnější.