Elección de una agencia

- **Key Concepts**
  - La relación entre una compañía y sus agencias debe ser estrecha
  - Darle a la agencia un conocimiento profundo de las actividades de la empresa
  - Muchos probelmas con la agencia dependen también del cliente
- **Agencias de publicidad vs. agencias de relaciones públicas**
  - Agencias Pequeñas
    - Para cliente que procura ahorrar tiempo
  - Agencias medianas y grandes
    - Operan por separado publicidad y R. P.
  - Relaciones Públicas
    - Escalas salariales más bajas
    - Utilidades crecen lentamente
  - Publicidad
    - Utilidades crecen más rápido
    - Predomina en agencias con servicios combinados
    - Corporativa y de producto requieren técnicas publicitarias distintas
  - Tamaño de empresa
    - Gran corporación
      - Trabajar con dos grupos independientes
      - Pueden o no ser de la misma agencia
    - Corporación pequeña
      - Recurrir a una firma sencilla de publicidad y R.P.
      - Si es una sola industria y una línea de producto
    - Dir Com de corporación diversificada
      - Emplear agencias distintas
- **Proceso de selección de la agencia**
  - Identificación de candidatas
    - La agencia tiene que ser capaz de ofrecer los servicios que requiere
    - Decidir tamaño de la agencia
    - Evaluar a la agencia (financieramente, está creciendo, etc.)
  - Cómo contactar las agencias
    - Enviar una carta/cuestionario
    - Dar los detalles de las necesidades de la empresa
    - Dar el presupuesto aproximado
    - Recibir propuestas y eliminar las que no interesan
    - Pedir reuniones con las candidatas
  - La selección final
- **Principios para evaluar la relación con la agencia**
  - Antes debe evaluar las necesidades de la propia compañía
  - Definir necesidades de comunicación
  - Contratar los servicios que realmente requieren
  - Evaluar si cada función implica suficiente cantidad de tiempo como para justificar la contratación