

Podnikání očima majitelů marketingových agentur



Co je trápí a limituje?

Čas

Zmíněno 9x

Nedostatek kvalifikovaných a pracovních kolegů

Zmíněno 6x

Obchod a akvizice

Zmíněno 4x

Vlastní marketing

Zmíněno 3x

Tým, organizace a efektivita práce

- **Vyvažování** nových zakázek, dostatečné kapacity týmu a efektivitu práce.
- Nefakturované **hodiny na operativu**, zadání vs. očekávání od klientů.
- Klienti nespolupracují a zaměstnanci su tíez len ľudia a **robia chyby**.
- Málo času na rozvoj lidí.
- Onboarding.
- Delegování a automatizace.
- **Tlak na rychlost** při udržení kvality práce.

Technologie

- Nevyužívání **potenciálu AI na automatizaci** různých úkolů.
- Nepředvídatelně se měnící vliv AI.
- Vlastní datové úložiště neumožňuje větší **rozšíření AI automatizací** v řízení procesů.

Ekonomika

- Ekonomická situace potenciálních klientů.
- Mění se trh.
- Platby klientů.
- Cash flow.

Jako „agentura“ funguji od 1. 5., takže bych to bral s rezervou. Začínám vnímat, že jako seniorní specialista umím přitáhnout áčkové klienty, avšak ti se **hůře předávají juniornějším kolegům**.

Dravost CZ a SK firem. Pri 3tom mesiaci pri dobrej spolupráci zaplníme obchodnú kapacitu firmy, a nie sú schopný škálovať, hirovať, zlepšovať procesy atd. Preto **expandujeme do USA**. A veľmi pomalá kadencia práce, od nás klient dostane odpoveď do pár hodín a po zadání úlohy ju majú dodanú v priemere do 24, max do 48 hodín, a **na klientov bežne čakáme 7–14 dní**.

Co by poradili ostatním, kdo chtějí založit marketingovou agenturu?



Technologie a finance

- Základ je **projektové řízení** a už na začátku si sestavit plán, s čím pomůže AI.
- Bez technologické vyspělosti to bude těžké, možná už nemožné.
- **Učit se, učit se, učit se.** Vše kolem AI.
- Jděte do toho, vydržte, stojí to za to, věnujte se AI.
- Nech robi to co mi. AI agenti ako chrbtova kost businessu.
- Misto kancelari apod. se vam vyplati investovat do digitalnich overheadu.
- Zajistit si dostatek financí.
- **Finanční řízení hned od začátku**, ne až když je problém.

Tým a přístup

- Spolupracovat se **seniorními specialisty** místo juniorů.
- Pracovat jen se schopnými lidmi a vyhnout se **zbytečné administraci**.
- Stavte to nejprve na sobě a poté škálujte. Zároveň si validujte svoje myšlení, zda jste spíše OSVČ nebo zda podnikatel – chtěli byste se dostat do fáze, kdy už **nemůžete být specialista**, ale majitel a správce systému.

Trh a klienti

- Nebud' generalista a **zaměř se na specifickou niche zákazníků**. Tu vyber tak, aby dávala smysl po všech stránkách (finance, fun, delivery, easy to find, etc.).
- Ať si vybere jeden žádaný kus marketingu a maximum práce postaví na AI a **budování vztahů s klienty**.
- Nejdříve mít portfolio klientů.
- Jsi parazit a tvým úkolem je být pozitivní pro hostitele – uvědom si, že jsi na hostitelích závislý.
- Občas si říkám, že by bylo klidnější zůstat freelancerem. 😊 Ale kdybych měla poradit: vybírej si klienty, se kterými ti to **dává smysl lidsky i profesně**.
- Marketér je dnes opravdu kde kdo. Naučte se **v něčem vyniknout** v rámci širokého spektra marketingu a pak z pozice profesionála doručujte službu.

Mějte také **vlastní projekt**, třeba jen na zkoušku a investujte vlastní peníze. Jde poznat, když z **vlastní zkušenosti o něčem mluvíte**, nebo máte jen „prvotřídní informace“, které jsou přejaté od někoho, kdo sám možná zkušenosti z reálného businessu nemá.

Kašli na to / nedělej to. 😊

Zmíněno 9x

Připrav se na to, že se odstěhuje do práce.

Kupte si MacBook a hlavně už začněte volat prvnímu klientovi.

Hodně štěstí, není to jednoduché, pevné nervy, bez zkratek a vysedět si úspěch.

Laťka v agentúrach je **nastavená dosť nízko**, je veľmi málo agentúr, ktoré sa vedia zasegmentovať (niche-down) a ísť si za jedným trhom / segmentom. A tam doručovať kvalitné výsledky a **stáť si za svojimi chybami**.

Čo by som poradil je: ak začínate, vyberte si segment, ktorý aspon trochu poznáte, a pomôžte najprv im, naučte sa **celý proces od písania textov až po obchodný proces**. Nie je to jednoduché, trvá to, ale akonáhle to cracknete, tak si viete účtovať premiové ceny a výberové konania s najvyššou cenou aj tak vyhráte.

A hlavne prosím **nerobte len „správu kampaní“**, nemá to vysokú hodnotu v trhu. Musíte nakombinovať skilly a činnosti čo viete pre firmu spraviť. Čím viac ich máte v rukáve, o to vyššiu budete mať hodnotu a menšiu konkurenciu. Držím palce 🍀



Dokument shrnuje citace z **průzkumu mezi marketingovými agenturami**, který v roce 2025 realizoval tým Caflou, českého all-in-one systému pro řízení firem. Další zajímavosti a statistiky najdete v článku s výsledky: [**→ Přechíst report o řízení marketingových agentur**](#)

