profaj



REHBER

Ajans Seçme Rehberi

Doğru ortağı bulmak için altı adım ve sorulacak sorular.

Bu İşte Beraberiz!

profaj.com

GİRİŞ

Doğru ajansı seçme rehberi

Ajans seçimi, bir tedarikçi seçiminden fazlasıdır: markanızı, verinizi ve büyüme planınızı emanet edeceğiniz bir ortak seçersiniz. Bu rehber, değerlendirme sürecini altı adımda düzenler ve ajanslara sormanız gereken soruları sıralar. Profaj olarak bu listeyi bize de uygulamanızı öneririz.

Süreç

Adım	Ne yaparsınız?
1	İhtiyacı ve hedefi yazarsınız (brief)
2	Aday listesi oluşturursunuz (üç ila beş ajans)
3	Ön görüşme ve sunum isteyin
4	Aynı brief'i herkese verip teklif alırsınız
5	Referans ve örnek iş kontrolü yaparsınız
6	Sözleşme, süreç ve ilk 90 gün planını netleştirirsiniz

1. Önce kendi ihtiyacınızı netleştirin

AJANSTAN NE BEKLİYORUZ? (HİZMETLER VE SONUÇLAR)

HEDEFİMİZ VE ÖLÇECEĞİMİZ GÖSTERGELER

AYIRABİLECEĞİMİZ SÜRE, BÜTÇE ARALIĞI VE TAKVİM

İÇERİDE KİMLER AJANSLA ÇALIŞACAK? (KARAR VEREN, GÜNLÜK MUHATAP)

2. VE 3. ADIM

Aday listesi ve ilk görüşme

Aday ajans nerelerden bulunur?

- İş çevrenizin ve sektörünüzün önerileri
- Beğendiğiniz markaların çalıştığı ajanslar
- Sektör derneklerinin ve etkinliklerin kaynakları
- Arama sonuçları ve yetkili iş ortağı listeleri

Ön görüşme: sormanız gereken sorular

- [ ] **Bizim sektörümüzde ya da benzer işlerde deneyiminiz var mı?**
  Somut örnek isteyin, genel cümle yetmez
- [ ] **Bu işi kim yapacak?**
  Sunumu yapan kişiyle işi yapan kişi aynı mı?
- [ ] **Hedefimize nasıl ulaşacağız?**
  Yöntem, kanallar ve ilk üç ayın planı
- [ ] **Sonucu nasıl ölçüp raporlarsınız?**
  Rapor örneği ve sıklığı
- [ ] **Hangi teknolojileri ve yapay zekâ araçlarını kullanıyorsunuz?**
  İnsan gözetimi nerede?
- [ ] **Yaratıcı ve teknik işler içeride mi, dışarıdan mı?**
  Kontrol ve hız farkı yaratır
- [ ] **Müşteri verisi ve hesaplar kimin adına açılıyor?**
  Reklam ve analitik hesabının sahibi siz olmalısınız

4. ADIM

Teklifleri karşılaştırın

Teklifleri yalnızca fiyata göre değil, kapsama, sürece ve riske göre karşılaştırın. Aynı brief'i herkese verin; aksi halde elma ile armut karşılaştırırsınız.

Ölçüt	Ajans A	Ajans B	Ajans C
Brief'i doğru anlamış mı?			
Kapsam net mi? (neyi içeriyor, neyi içermiyor)			
Süre ve teslim takvimi			
Ekip: kim, hangi sorumlulukta			
Ölçüm ve raporlama planı			
Revizyon ve onay süreci			
Sözleşme koşulları (süre, fesih, mülkiyet)			
Toplam maliyet ve ek maliyetler			
Genel his: bu ekiple çalışmak ister miyiz?			

FİYAT HAKKINDA

En düşük fiyat çoğu zaman en düşük maliyet değildir. Teklifteki kapsamı, ek maliyet kalemlerini ve iş bittiğinde neye sahip olacağınızı karşılaştırın.

5. ADIM

Referans ve örnek iş kontrolü

- [ ] **Örnek işleri inceleyin**
  Yalnızca görsel değil, hedef ve sonuçla birlikte sunulan çalışmalara bakın

- [ ] **Referans müşteriyle görüşün**
  Süreç, iletişim, zaman, sürprizler ve sonuçlar hakkında sorun

- [ ] **Sonuçlar kanıtlanabilir mi?**
  Rakam veriyorlarsa kaynağı nedir?

- [ ] **Ajans kendi pazarlamasını iyi yapıyor mu?**
  Web sitesi, içerik ve sosyal medya ajansın vitrinidir

- [ ] **Çalışma tarzı ve kültür uyumlu mu?**
  Ortaklık hissi, açık iletişim

- [ ] **Sizin ölçeğinizdeki müşterilere önem veriyorlar mı?**
  Küçük müşteri olmayı kabul edip etmediğinizi sorun

Dikkat edilecek uyarı işaretleri

- Kesin sıralama, satış ya da getiri garantisi vermek
- Sonuçları ya da yöntemi açıklamaktan kaçınmak
- Hesapların ve verilerin ajansın adına açılmasında ısrar etmek
- Yalnızca sunumu yapan kişinin görünmesi, ekibin hiç tanıtılmaması
- Çok belirsiz sözleşme ve çıkış koşulları
- Karşılaştırma yapmanıza izin vermeyen acele baskısı

6. ADIM

Sözleşme ve ilk 90 gün

Sözleşmede bulunması gerekenler

- [ ] Kapsam ve teslimler (liste halinde)
- [ ] Süre, yenileme ve fesih koşulları
- [ ] Ücret ve ödeme planı, ek iş kuralı
- [ ] Fikrî mülkiyet: üretilen içeriğin ve hesapların sahibi
- [ ] Gizlilik ve kişisel verilerin korunması
- [ ] Raporlama sıklığı ve toplantı düzeni
- [ ] Revizyon hakkı ve onay süreci

HUKUKİ NOT

Sözleşmeyi hukuk danışmanınıza onaylatın.

İlk 90 gün planı

Dönem	Ajans ne yapar?	Siz ne yaparsınız?
1–2. hafta	Brief, erişimler, ölçüm kurulumu	Hesap ve bilgi paylaşımı
3–6. hafta	Stratejinin sunulması, ilk üretimler	Hızlı geri bildirim ve onay
7–12. hafta	Optimizasyon ve ilk performans raporu	Sonuçların hedeflerle değerlendirilmesi

Birlikte çalışmayı sürdürmek için

- Aylık toplantı yapın ve her toplantıdan sonra yazılı kısa not alın.
- Hedefleri üç ayda bir yeniden değerlendirin.
- İyi sonuçları paylaşın; ortaklık açık iletişimle gelişir.

PROFAJ YANINIZDA

Profaj'ı da aynı ölçütlerle değerlendirmeye davet ediyoruz. Sorularınızı ve brief'inizi iletin, birlikte çalışmanın nasıl olacağını konuşalım.

profaj



Sizi tanımaktan memnuniyet duyarız.

Profaj bir teknoloji ajansıdır. Kendi yapay zekâ teknolojilerimizi (Profaj AI Suite) üretir, markaların büyümesini strateji, yaratıcılık ve teknolojiyi birleştirerek yönetiriz. Türkiye'de ve uluslararası pazarda kurumsal şirketlere ve KOBİ'lere hizmet veririz.

TELEFON

+90 232 320 00 40 · +90 530 915 13 38

E-POSTA

profaj@profaj.com

WEB

www.profaj.com

Bu İşte Beraberiz!