

Uitbesteden van communicatie best bij flexibel bureau

In de huidige economische omstandigheden is het uitbesteden van communicatiewerk een aantrekkelijke optie: het werken met een externe partij biedt namelijk flexibiliteit en levert kostenbesparing op. Is de ROC (`return on communication`) echter het grootst bij een traditioneel, groot bureau of bij een klein, flexibel bureau?

Uit onderzoek blijkt dat **50% van organisaties bij tijdelijke onderbezetting** denkt aan **uitbesteding van communicatiewerk**.

Bij **70% van de bedrijven is er behoefte aan aanvullende expertise** op het gebied van communicatie.

Communicatiebureaus hoeven zich dus niet te vervelen.

Achter een groot traditioneel bureau hangt vaak een enorme organisatie, waarvan de kosten doorberekend worden aan de klant. Vaak doen jonge en relatief onervaren mensen het `echte` accountwerk.

Een betere keuze is een dienstverlener die op kleinere, flexibelere schaal werkt. **Kleinere bureaus zijn vaak doelmatiger en goedkoper en het accountwerk wordt veelal gedaan door senior communicatieprofessionals**. Deze professionals zijn voor zichzelf begonnen, ofwel om privéredenen of omdat zij bij hun oude werkgever vervangen zijn door een junior. Essentieel bij het uitbesteden is het vinden van een bureau dat alleen de kosten voor de daadwerkelijk gemaakte uren in rekening brengt.

Gebaseerd op: [Communicatie](#) (november 2008)