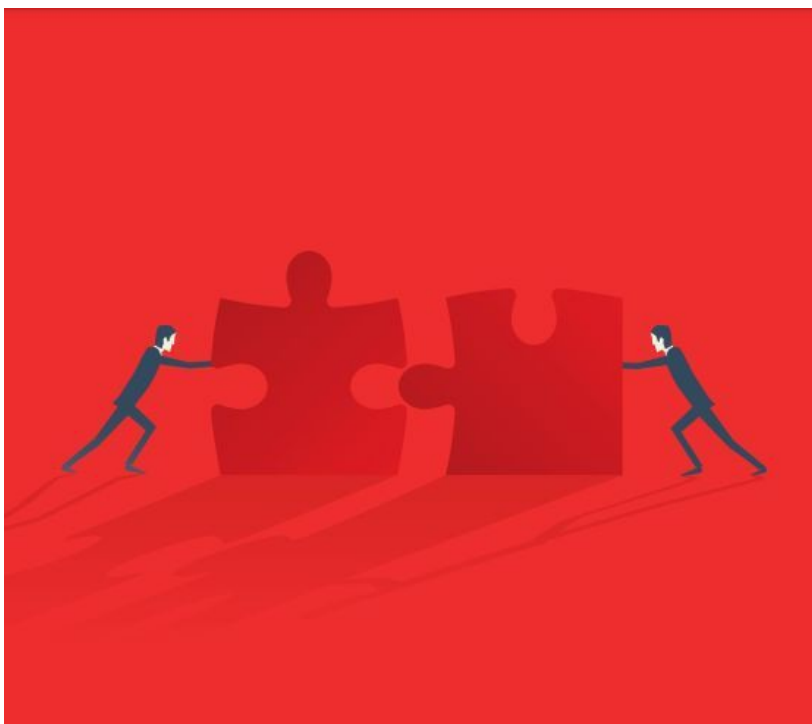


prglas.com



## HURA: Smjernice za agencijske naknade

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje, HURA, svjesno svoje odgovornosti prema industriji koju zastupa objavilo je **smjernice za agencijske naknade**. Svrha smjernica jest olakšati snalaženje oglašivačima i agencijama u postupku utvrđivanja, procjene i odlučivanja o agencijskim naknadama. Iz HURA-e priopćuju kako su oglašivači i agencije postigli znatan napredak u preobražavanju kreativnosti, inovacija i brzine marketinških aktivnosti te kako je došlo vrijeme za preobrazbu glavnih vrsta agencijskih naknada, tj. naknada koje se temelje na radu.

**Andrea Štimac**, voditeljica radne skupine HURA-e za izradu smjernica za agencijske naknade naglasila je: „Kao vodeće strukovno udruženje u sektoru tržišnih komunikacija HURA je prepoznala važnost pružanja smjernica za agencijske naknade, a sve s ciljem postizanja i održavanja partnerske suradnje između agencije i klijentateljnje na povjerenju i transparentnosti. Ako agencije usvoje predloženi model mišljenja smo da će im se pružiti prilika za ostvarenje bolje profitne marže te pouzdanih prihoda koji se mogu planirati. Svakako, riječ je o smjernicama koje ne obavezuju članice HURA-e na primjenu istih, ali se zaista nadamo će ih agencije svojevrijedno, sa zajedničkim ciljem razvoja industrije i postavljanja dobrih poslovnih standarda, uistinu primjenjivati.“

HURA preporučuje da naknade i cjenici agencija odražavaju vrijednost, složenost i kvalitetu pruženih usluga te da se ne temelje na razloženim komponentama troška i dobiti agencije. Poanta određivanja cijena je vrijednost, a ne trošak – upravo zato u određivanju cijena trebaju sudjelovati različiti stručnjaci, a ne samo tim zadužen za financije. Tomu možemo pridodati činjenicu da se cjenici rada u drugim djelatnostima pružanja profesionalnih usluga (npr. u odvjetništvu, računovodstvu, savjetodavnim djelatnostima) obično ne razlažu na komponente troška i dobiti. U najboljem interesu odnosa agencije i oglašivačaja jest da se obje strane usredotoče na radni učinak koji očekuju, predmete isporuke koje agencija treba proizvesti i vrijednost koju obje strane pridonose agencijskim uslugama.

**HURA-ine preporuke klijentima i agencijama kako bi se uskladili po pitanju željenih naknada su sljedeće:**

- Suradujte kako biste uskladili poticaje
- Uspostavite odgovornost za transparentnost

- Uskladite naknadu s ciljevima poslovanja
- Provodite pravovremene revizije primjenjujući uzajamno usuglašene kriterije

Na linkovima potražite konkretne smjernice i preporuke:

[HURA\\_smjernice-za-agencijske-naknade](#)

[PREDLOŠCI ZA FORMIRANJE CIJENA\\_Word kolekcija](#)

[AGENCIJSKI CJENIK PO SATU POSLA\\_PREDLOŽAK](#)

[AGENCIJSKI CJENIK PO SATU ZAPOSLENOG\\_PREDLOŽAK](#)

[FORMIRANJE CIJENE-AGENCIJSKI TIM](#)

[FORMIRANJE CIJENE-KOM PR TIM](#)

[FORMIRANJE CIJENE-MEDIA TIM](#)

[FORMIRANJE CIJENE-SENIOR TIM](#)



**NE GOVORU  
MRŽNJE  
NA INTERNETU**