WYBÓR AGENCJI | BUDŻET I RYZYKO

Agencja marketingowa czy freelancer — co wybrać przy budżecie do 3000 zł miesięcznie

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: sierpień 2026 · Czas czytania: ok. 5 min

Przy ograniczonym budżecie wybór między agencją a freelancerem rzadko sprowadza się do ceny. Decyduje zakres potrzebnych usług, poziom ryzyka, który jesteś gotów zaakceptować, oraz to, co stracisz, jeśli współpraca się urwie. Ten artykuł pokazuje, kiedy każda opcja ma sens — na podstawie konkretnej sytuacji z praktyki.

Punkt wyjścia: firma usługowa, jeden budżet, dwa problemy naraz

Lokalny zakład stolarski z Mazowsza — orientacyjnie kilkanaście zleceń miesięcznie, strona zbudowana kilka lat temu, zero widoczności w Google poza nazwą własną. Właściciel miał do dyspozycji budżet marketingowy w okolicach 2500 zł miesięcznie i dwa zadania: poprawić pozycje w wyszukiwarce oraz zadbać o treści na stronie. Pierwsze pytanie, które padło: czy lepiej zatrudnić jednego freelancera SEO, czy podpisać umowę z agencją?

To pytanie wraca regularnie, bo odpowiedź nie jest oczywista. Agencja marketingowa vs freelancer to nie jest spór o to, kto jest lepszy — to pytanie o dopasowanie do konkretnej sytuacji. Różnica ujawnia się dopiero, gdy zestawisz zakres potrzebnych działań z tym, co każda opcja realnie gwarantuje.

Kontekst	Strona bez indeksacji technicznej, treści produktowe pisane przez właściciela, brak profilu Google Moja Firma i żadnych linków zewnętrznych. Potrzeba była szeroka: audyt techniczny, treści, lokalne SEO — trzy obszary wymagające różnych kompetencji.

Co zrobiono	Wybrano agencję zamiast freelancera — ze względu na zakres. Audyt techniczny wykonał specjalista od crawlowania i Core Web Vitals, treści pisał copywriter z doświadczeniem branżowym, lokalne SEO i profil GMF ustawiał trzeci członek zespołu. Prace rozłożono na sprint 90 dni z miesięcznymi raportami z GA4.
Czego nie zrobiono	Nie zlecono reklamy płatnej — budżet nie pozwalał na równoczesne SEO i Google Ads bez rozmycia efektów. Nie zmieniano też platformy strony, choć pojawiał się taki pomysł. To osobne zagadnienie, które nie mieściło się w tym zakresie.
Efekt (dane uproszczone, efektów nie da się rozdzielić)	Po około 10 tygodniach strona zaczęła pojawiać się na pierwszej stronie wyników dla kilku fraz lokalnych. Wzrost liczby zapytań telefonicznych właściciel ocenił orientacyjnie na kilkanaście procent względem okresu sprzed współpracy — ale nie prowadził wcześniej systematycznej analityki, więc porównanie jest przybliżone. Poprawa widoczności technicznej i treściowej nastąpiła równolegle i nie da się przypisać efektu wyłącznie jednemu z tych działań.

Z praktyki (dane uproszczone)

W opisanym przypadku freelancer SEO mógłby wykonać audyt i zaplanować działania — ale wdrożenie treści wymagałoby albo drugiego zleceniobiorcy, albo pracy własnej właściciela. Przy budżecie 2500 zł i trzech obszarach do obsłużenia koordynacja dwóch niezależnych freelancerów pochłonęłaby czas, którego właściciel nie miał. Agencja rozwiązała to jedną umową i jednym punktem kontaktu. Nie oznacza to, że agencja jest zawsze lepszym wyborem — oznacza, że w tym przypadku zakres przesądził o decyzji, nie cena.

Kiedy freelancer, a kiedy agencja — tabela decyzyjna

Sytuacja Freelancer SEO Agencja marketingowa Jeden obszar do obsłużenia (np. tylko treści) Tak Przerost formy Kilka obszarów jednocześnie (SEO + treści + lokalne) Ryzyko luk Tak Budżet poniżej 1500 zł miesięcznie Realne Trudne Budżet 2000–3000 zł miesięcznie Możliwe przy wąskim zakresie Możliwe przy szerokim zakresie Potrzeba ciągłości przy urlopie / chorobie specjalisty Ryzyko przerwy Zastępstwo w zespole Raportowanie i analityka GA4 jako standard Zależy od freelancera Zwykle wbudowane w umowę Szybka decyzja bez przetargu Łatwiej Wymaga rozmowy i briefu

Tabela pokazuje https://rentry.co/8mo7x7i6 wzorzec, nie regułę. Freelancer SEO w Polsce potrafi obsłużyć wiele obszarów jednocześnie — pytanie, czy przy tym budżecie będzie miał czas na wszystkie. Agencja z kolei nie zawsze oznacza lepszą jakość, a jej koszt SEO bywa wyższy przy wąskim zakresie. Jeśli chcesz wiedzieć, jak sprawdzić agencję przed podpisaniem umowy, to osobne zagadnienie omówione w innym artykule z tej serii.

> ✓Policz, ile obszarów marketingowych chcesz obsłużyć jednocześnie — jeśli więcej niż dwa, koordynacja freelancerów staje się kosztem ukrytym.
>
> ✓Sprawdź, czy masz czas zarządzać kilkoma zleceniobiorcami — przy braku czasu agencja z jednym punktem kontaktu ogranicza obciążenie operacyjne.
>
> ✓Oceń ryzyko przerwy: freelancer na urlopie lub przy dużym projekcie może wstrzymać Twoje działania na kilka tygodni.
>
> ✓Ustal, czy potrzebujesz raportowania — koszt agencji SEO często obejmuje analitykę GA4 i cykliczne raporty, co przy freelancerze bywa osobno wyceniane.
>
> ✓Zastanów się, jak szybko musisz zacząć — brief i umowa z agencją zajmują zwykle kilka dni dłużej niż zlecenie freelancerowi.
>
> ✓Określ horyzont czasowy: SEO to działanie na co najmniej 6–12 miesięcy, więc stabilność współpracy ma realną wagę.

Najczęstsze pytania

1. Czy agencja marketingowa przy budżecie 2500 zł zrobi to samo co freelancer za tę samą kwotę?

Nie zawsze i nie w każdym zakresie. Agencja przy tym budżecie zwykle obejmuje węższy zakres działań niż przy wyższych stawkach, ale zapewnia ciągłość i kilka kompetencji pod jednym dachem. Freelancer za podobną kwotę może wykonać więcej godzin pracy w jednym obszarze. Decyzja zależy od tego, czy potrzebujesz głębokości w jednej dziedzinie, czy szerokości w kilku. Planując **zmiany w marketingu 2026 i 2027**, warto uwzględnić ten podział już na etapie briefu.

2. Jak szybko widać efekty SEO niezależnie od wybranej opcji?

Pierwsze zmiany w widoczności technicznej i indeksacji pojawiają się zwykle w ciągu 4–8 tygodni od wdrożenia poprawek — niezależnie od tego, czy wykonuje je agencja, czy freelancer. Wzrost pozycji dla konkretnych fraz zależy od konkurencyjności rynku, stanu wyjściowego strony i regularności działań. Żadna opcja nie przyspiesza algorytmu Google.

Dla właścicieli firm, którzy chcą rozumieć szerszy kontekst decyzji marketingowych, przydatnym punktem odniesienia są **zmiany w marketingu 2026 i 2027** — zwłaszcza w obszarze widoczności w odpowiedziach AI i rosnącej roli danych strukturalnych, które

wpływają na to, kogo Google i modele językowe pokazują jako odpowiedź na pytanie użytkownika.

Osoby szukające praktycznych wskazówek o tym, jak podejmować decyzje marketingowe bez dużego zespołu, znajdą więcej w materiałach zebranych pod hasłem **marketing dla właścicieli firm** — z naciskiem na działania, które dają mierzalne rezultaty przy ograniczonych zasobach.

Podsumowanie

Agencja marketingowa vs freelancer to wybór, który powinien wynikać z zakresu potrzebnych działań i poziomu ryzyka operacyjnego, a nie wyłącznie z porównania stawek. Przy jednym obszarze i wąskim budżecie freelancer SEO często jest bardziej elastyczny i tańszy. Przy kilku obszarach jednocześnie, potrzebie ciągłości i braku czasu na koordynację — agencja z jednym punktem kontaktu i wbudowaną analityką ogranicza ryzyko przerwy i luk kompetencyjnych. Pierwszy krok: zanim zapytasz o cenę, zapisz, ile obszarów chcesz obsłużyć i czy masz czas zarządzać więcej niż jednym zleceniobiorcą.

Nie wiesz, który model współpracy pasuje do Twojej sytuacji?

▶ Boostwave przeanalizuje zakres Twoich potrzeb i wskaże, czy agencja, freelancer, czy model mieszany ma sens przy Twoim budżecie i celach.: **Porozmawiaj z doradcą**

Boostwave to warszawska agencja SEO i marketingowa, która pomaga firmom zamieniać widoczność w Google i odpowiedziach AI w realnych klientów.

ℹ️ **Transparentność treści (AI):** Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację publikujemy zgodnie z zasadą przejrzystości wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act). · https://boostwave.pl/

BoostWave - Skuteczne SEO

Jesteśmy ekspertami SEO, specjalizująca się w pomaganiu lokalnym przedsiębiorcom wygrywać walkę o klienta. Nie oferujemy tanich sztuczek, wdrażamy zaawansowany Link Building.

Więcej informacji: https://boostwave.pl

📍 **Adres:** ul. Hoża 86/410, 00-682 Warszawa

📞 **Telefon:** 510 768 987

📧 **Email:** kontakt@boostwave.pl

⏰ **Godziny otwarcia:**

Poniedziałek - Piątek: 08:00 - 18:00

Sobota - Niedziela: Zamknięte

Skonsultuj się z nami