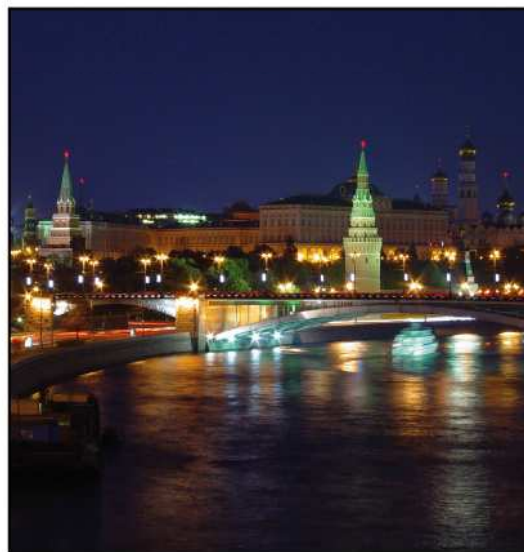


Executive Recruitment





Требуется креатив

Вакансий маркетологов не станет меньше, однако требования к кандидатам будут жестче

24 ноября 2008

Должность	Ежемесячная базовая зарплата в рублях до уплаты налогов	
	Минимум	Максимум
Директор по маркетингу	150 000	400 000
Менеджер по маркетингу	80 000	250 000
Управляющий группой торговых марок (GBM)	150 000	250 000
Бренд менеджер	70 000	120 000
Старший бренд менеджер	120 000	180 000
Младший бренд менеджер	50 000	80 000
Руководитель отдела торгового маркетинга	100 000	200 000
Менеджер по торговому маркетингу	80 000	150 000
BTL Менеджер	70 000	120 000
PR Директор	150 000	250 000
PR Менеджер	70 000	80 000
Event Директор	150 000	250 000
Event Менеджер	70 000	110 000

По данным рекрутинговой компании Antal Russia (Исследование проводилось за период с мая по октябрь 2008 г., в ходе исследования было опрошено более 200 сотрудников департаментов маркетинга и более 30 компаний-работодателей)

Executive Recruitment



В условиях финансового кризиса урезаются рекламные бюджеты и оптимизируется структура департаментов маркетинга, а маркетологи входят в топ-листы самых востребованных профессий в средствах массовой информации. Однако потребность в хороших кандидатах по-прежнему высока. «Спрос на маркетологов не падает, падает спрос на плохих маркетологов, - уверена Екатерина Бахарева, менеджер направления «Маркетинг и продажи» рекрутинговой компании Antal Russia. - Сейчас идеальное время для того, чтобы заменить менее эффективных сотрудников на более успешных. Возрастает потребность в людях, которые в кризисное время могут экономить бюджет компании и оптимизировать затраты».

«У нас сейчас по-прежнему много открытых вакансий, особенно позиций среднего уровня на рынке FMCG, - добавляет Александра Соляникова, консультант Antal Russia. - Этот рынок по-прежнему активен. Крупные компании продолжают набирать людей». Однако кандидаты стали чуть более осторожными, считая, что смена работы - это риск, ведь не известно, как могут поменяться планы нового работодателя в ближайшее полгода - год.

Темпы роста зарплат маркетологов в последние месяцы снижаются. «Если раньше 30% повышение зарплаты при переходе на новую работу считалось нормой, то теперь 15% увеличение - это уже хорошо», - комментирует Галина Немченко, партнер, руководитель департамента «Продажи и маркетинг» рекрутинговой компании Antal Russia. Сейчас люди стали менять работу не ради увеличения дохода, а по другим, нематериальным, причинам.

Разброс в зарплатах маркетологов достаточно велик. Крупный и небольшие, русские и иностранные, бренд-нейм и не очень известные компании готовы предложить разный уровень компенсации. Кроме того «наполнение» должности в разных компаниях может быть разным. «В FMCG секторе маркетинг - это одна из ключевых функций, структура департамента там наиболее разветвленная, - поясняет Галина Немченко. - Каждый специалист отвечает за свое направление. А вот, к примеру, B2B бизнес больше ориентирован на продажи, и, как правило, департамент маркетинга там состоит только из директора и менеджера, которые полностью отвечают за коммуникации компании. Кроме того, стоимость того или иного профессионала зачастую определяется тем, насколько он впечатлил работодателя как личность, насколько умело смог себя подать».

Executive Recruitment



Нестандартный подход - это то, чего сейчас рынок требует от маркетологов. По наблюдениям консультантов Antal Russia среди работодателей особенно высоко ценятся люди, которые смогут задавать новые тенденции в индустрии. Особенно креативным сотрудникам всегда рады алкогольные и табачные компании в силу ограничений, которые накладывает на них законодательство. «Маркетологам в этих бизнесах доступны не все инструменты маркетинг микса, поэтому от них требуется максимум изобретательности, - комментирует Александра Соляникова. - Здесь нужны харизматичные, энергичные и творческие люди. И ценятся они достаточно высоко».

По-настоящему неординарное портфолио - главное требование к кандидату на позицию Арт Директора в одном из ведущих западных рекламных агентств. «Наш клиент хочет взять на работу человека, который сможет привнести радикально свежие идеи, - рассказывает Екатерина Бахарева. - Мы уже ищем кандидатов за пределами России, но пока никто из них не смог предложить работодателю необходимую «дозу драйва»».

В последнее время компании стремятся расширить спектр каналов коммуникации и открывают позиции Менеджеров по Интернет маркетингу. «Это направление пока слабо развито в России, но становится все более популярным, - рассказывает Александра Соляникова. - Мы находим людей в IT и телеком компаниях, в компаниях, которые занимаются социальными сетями и блогами. Главное, чтобы такой человек понимал Интернет аудиторию». В зависимости от уровня позиции, такие люди могут получать от 70 000 рублей в месяц до 150 000-200 000, но на такие суммы могут рассчитывать Директора по Интернет маркетингу в Интернет-компаниях.

По прогнозам специалистов Antal Russia открытых вакансий в маркетинге не станет меньше. «Сейчас рынок изменяется, мы наблюдаем постепенный поворот рынка от «кандидатского» и «клиентскому», - резюмирует Галина Немченко. - Если раньше кандидат, зарабатывавший 50 - 60 000 рублей в месяц, мог получить предложение на 100 000, то теперь это вряд ли возможно, кроме того компании станут более требовательными к кандидатам».