

Trendy w wynagrodzeniach w branży komunikacji marketingowej – wnioski z badania płac i stawek 2021

Coroczne badanie wynagrodzeń w sektorze komunikacji marketingowej, prowadzone przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, w 2021 roku objęło łącznie 75 firm i marek. Analiza danych płacowych o 5328 pracownikach, potwierdziła liczebną przewagę kobiet w sektorze, a jednocześnie określiła poziom nierówności płac pomiędzy płciami. W zestawieniu pojawiły się także wyceny nowych stanowisk, m.in. z obszaru e-commerce i UX. Badanie przeprowadzone wśród zrzeszonych w SAR podmiotów, we współpracy z opracowującą wyniki badania firmą Willis Towers Watson Polska.

Badanie zrealizowane w styczniu i lutym 2021 r. ukazało kilka tendencji rynkowych, łącznie z wpływem kryzysu pandemicznego na wynagrodzenia w branży komunikacji marketingowej. Połowa firm, które w roku 2020 dokonały czasowego ograniczenia wynagrodzeń, jako środka obrony przed negatywnymi skutkami koronawirusa – już zrekompensowała to pracownikom, lub planuje wypłacić rekompensatę w trakcie bieżącego roku.

Dane z raportu pokazują wzrost wysokości wynagrodzeń pracowników sektora, w porównaniu do wyników badania z połowy 2019 r., na przeciętnym poziomie 3,7% w odniesieniu do płacy całkowitej, a w przypadku płacy zasadniczej o 4,4%. Trzeba jednak zaznaczyć, że wzrost stawek odnotowano dla 61% stanowisk wycenionych rynkowo w obu edycjach badania.

Całkowite koszty wynagrodzeń dla pracodawców – z uwzględnieniem narzutów oraz zmian w poziomach zatrudnienia, mają urosnąć w roku 2021 przeciętnie o 5%, przy czym ponad ¼ firm planuje utrzymać te koszty poniżej zrealizowanych w roku 2020. Wzrosty budżetów płac są w znacznej mierze konsumowane przez ubruttowienie płac w związku ze zmianami przepisów dotyczących 50% ulgi podatkowej w umowach o dzieło (ograniczenie zakresu stosowania tej ulgi do wybranych stanowisk) oraz wprowadzenie Pracowniczych Planów Kapitałowych.

Po raz pierwszy na taką skalę, w ramach badania zbierane były dane płacowe w podziale na kobiety i mężczyzn, w celu uzyskania danych do wskaźników Equel Pay i Gender Pay Gap.

Według wskaźnika Równa Płaca (Equal Pay), oznaczającego średnią płacę zasadniczą kobiet względem średniej dla mężczyzn na tych samych stanowiskach, kobiety zajmujące to samo stanowisko co mężczyźni zarabiały średnio 9% mniej niż mężczyźni. Na 20 stanowiskach spośród 80 wyróżnionych, kobiety zarabiały więcej lub równo z mężczyznami.

Według wskaźnika Gender Pay Gap, który przedstawia procentową różnicę pomiędzy średnią płacą zasadniczą wszystkich kobiet i średnią płacą zasadniczą wszystkich mężczyzn, obliczoną dla wszystkich osób, których dane zebrano w badaniu. Średnio kobiety w sektorze zarabiają 19% mniej niż mężczyźni, jeśli zsumujemy płace dla wszystkich osób, bez względu na poziom stanowiska. Duży wpływ na wynik wskaźnika Gender Pay Gap ma przewaga zatrudnienia

mężczyzn na najwyższych stanowiskach managerskich (56% do 44%) oraz stanowiskach starszych ekspertów (54% do 46%). Natomiast już wyższy i średni poziom managerski to przewaga kobiet na poziomie od 6 % do 21%.

Wskaźnik luki płacowej jest porównywalny z poziomem zanotowanym w ostatnim badaniu rynkowych wynagrodzeń prowadzonym przez Willis Towers Watson Polska dla branży ogólnej w Polsce (19%) i jest nieznacznie lepszy niż wskaźnik dla branży mediowej w Polsce (20%).

Feminizacja branży komunikacji marketingowej jest powszechnie znana – w niektórych obszarach wskaźnik zatrudnienia osiąga poziom 75% dla kobiet, w porównaniu do 25% dla mężczyzn.

* * *

Uczestnicy badania uzyskują raport zawierający statystyczne opracowanie stawek dla płacy zasadniczej oraz dla płacy całkowitej (obejmującej płacę gwarantowaną plus premie/prowizje i honoraria zmienne).

W tabelach poniżej zaprezentowano wartości przeciętnych przedziałów rynkowych wynagrodzeń (rynkowa mediana oraz pierwszy i trzeci kwartył), dla typowych stanowisk dla branży komunikacji marketingowej, dla płacy gwarantowanej brutto.

Jest to wartość stałej płacy zapisana w umowie – dla osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę i umów cywilnych. Dla osób wystawiających faktury – uwzględniono wartość faktury netto (bez VAT), w PLN w wymiarze miesięcznym.

Wynagrodzenie gwarantowane nie obejmuje składników zmiennych – takich jak premie, prowizje i honoraria zmienne.

W kontekście danych płacowych – mediana oznacza przeciętną wartość wynagrodzenia rynkowego dla danego stanowiska, przy czym należy pamiętać, iż poszczególne osoby mogą uzyskiwać poziomy wynagrodzenia niższe lub wyższe niż podana wartość przeciętnej płacy.

Przedziały wynagrodzenia gwarantowanego miesięcznie [PLN]			
Rodzina/stanowisko	1 kwartył	mediana	3 kwartył
STRATEGY PLANNING			
SENIOR STRATEGIC PLANNER	9 000	11 540	12 560
STRATEGIC PLANNER	5 550	7 500	9 500
CREATIVE			
SENIOR COPYWRITER	9 900	11 220	13 000
COPYWRITER	6 025	7 460	9 000
SENIOR ART DIRECTOR	10 000	11 430	13 900
ART DIRECTOR	7 220	8 230	9 600

GRAPHIC DESIGNER	5 350	6 450	7 600
DTP OPERATOR	5 600	6 200	7 030
DIGITAL			
WEB DEVELOPER/PROGRAMMER	6 300	9 600	11 100
PROGRAMATIC SPECIALIST	6 000	7 000	7 800
MOTION DESIGNER/ANIMATOR 2D	6 350	7 500	8 500
PERFORMANCE SPECIALIST	6 000	6 600	7 500
UX SPECIALIST	7 671	8 227	9 090
SEM			
SEM SPECIALIST	6 000	6 500	7 000
SEO SPECIALIST	6 000	6 360	7 200
CLIENT SERVICE			
ACCOUNT DIRECTOR	12 500	14 000	15 200
ACCOUNT MANAGER	8 050	9 000	10 500
ACCOUNT EXECUTIVE	5 000	6 000	6 830
ACCOUNT ASSISTANT	3 800	4 415	5 500

Przedziały wynagrodzenia gwarantowanego miesięcznie [PLN]

Rodzina/stanowisko			
PRODUCTION			
	1 kwartył	mediana	3 kwartył
BROADCAST PRODUCER	9 000	11 540	12 560
MEDIA			
MEDIA MANAGER	10 000	11 000	12 700
DIGITAL MEDIA MANAGER	10 500	12 000	13 500
SENIOR MEDIA PLANNER/BUYER	7 920	8 500	9 000
DIGITAL SENIOR MEDIA PLANNER/BUYER	8 000	8 700	9 600
MEDIA PLANNER/BUYER	5 500	6 200	7 000
DIGITAL MEDIA PLANNER/BUYER	5 800	6 500	7 000
SOCIAL MEDIA PLANNER/BUYER	5 000	5 850	7 000
TRAINEE (Media Assistant)	3 000	3 000	4 000
DIGITAL TRAINEE (Media Assistant)	3 000	3 000	3 200
TRAFFIC			
TRAFFIC SPECIALIST	4 500	5 245	6 500

Stawki godzinowe

Badanie SAR obejmuje również określenie wartości stawek cennikowych (wg stanu na 1.01.2021), **czyli prezentowanych klientom na etapie wyjściowym negocjacji kontraktu**. Wartość stawek za godzinę pracy poszczególnych stanowisk jest wyrażona netto (bez VAT) w PLN i fakturowana przez firmę – nie należy więc mylić tej wartości z płacą netto uzyskiwaną przez pracowników.

STRATEGIC DEPARTMENT	stawka godzinowa w PLN
STRATEGIC DIRECTOR	400
STRATEGIC PLANNER	220
SENIOR STRATEGIC PLANNER	290
JUNIOR STRATEGIC PLANNER	160
CREATIVE	stawka godzinowa w PLN
CREATIVE DIRECTOR	400
CREATIVE GROUP HEAD	280
SENIOR COPYWRITER	265
COPYWRITER	200
JUNIOR COPYWRITER	150
SENIOR ART DIRECTOR	260
ART DIRECTOR	220
JUNIOR ART DIRECTOR	150
SENIOR GRAPHIC DESIGNER	205
GRAPHIC DESIGNER	180
JUNIOR GRAPHIC DESIGNER	150
SENIOR DTP OPERATOR	235
DTP OPERATOR	135
DIGITAL	stawka godzinowa w PLN
TECHNICAL DIRECTOR	340
WEB DEVELOPER/PROGRAMMER	200
UX SPECIALIST	170
PRODUCTION	stawka godzinowa w PLN
PRODUCTION DIRECTOR	210
BROADCAST PRODUCER	200
PROOFREADER	120
MEDIA	stawka godzinowa w PLN
SOCIAL MEDIA MODERATOR	120
MEDIA PLANNER	100
CLIENT SERVICE	stawka godzinowa w PLN
CLIENT SERVICE DIRECTOR	400



GROUP ACCOUNT DIRECTOR	302
ACCOUNT DIRECTOR	305
ACCOUNT SUPERVISOR	250
ACCOUNT MANAGER	206
SOCIAL MEDIA MANAGER	180
ACCOUNT EXECUTIVE	180
ACCOUNT ASSISTANT	160
Usługi PR dla klientów zewnętrznych	stawka godzinowa w PLN
PR MANAGER	247
BRAND DESIGN	stawka godzinowa w PLN
SENIOR DESIGNER	300
DESIGNER	245
PROJECT MANAGER / ACCOUNT EXECUTIVE / BRAND CONSULTANT	230

ⁱ 400 firm z różnych sektorów, m.in.: farmaceutyczna, finansowa, mediowa, Business Process Outsourcing, Shared Service Center, produkcyjna, etc.