

Wynagrodzenia w branży komunikacji marketingowej 2019

SAR przedstawia wyniki nowego, corocznego badania wynagrodzeń i stawek cennikowych w firmach sektora komunikacji marketingowej.

Analizę wynagrodzeń oraz stawek godzinowych pracowników agencji reklamowych, mediowych oraz agencji eventowych i brand design, przeprowadziła firma Willis Towers Watson Polska.

W tegorocznej edycji badania wzięły udział 63 organizacje, które przekazały łącznie informacje o wynagrodzeniach ponad 5000 osób.

Prognozowane i zrealizowane przychody

Kluczowym wskaźnikiem określającym stan branży jest poziom uzyskiwanych przychodów. 68% badanych firm zakończyło rok 2018 z sukcesem - zwiększając przychody lub co najmniej utrzymując je na dotychczasowym poziomie. Zwraca uwagę, iż część firm podeszła przed rokiem do prognoz zbyt optymistycznie.

Branża patrzy jednak nadal z optymizmem na bieżący rok (84% firm zakłada, że ich sytuacja będzie w roku 2019 nie gorsza niż w roku minionym).

Tab.1. Przychody prognozowane 2019 i rzeczywiste 2018 członków SAR uczestniczących w ankiecie

przychody	wzrost	brak zmian	spadek	nie ujawniamy/ brak odpowiedzi
prognoza 2018	67%	10%	8%	15%
wykonanie 2018	54%	14%	21%	11%

prognoza 2019	63%	21%	8%	8%
---------------	-----	-----	----	----

Zatrudnienie

Tempo wzrostu zatrudnienia (w różnych formach prawnych) jest bezpośrednio powiązane ze wzrostem liczby projektów i klientów w agencjach reklamowych i mediowych. 84% badanych organizacji oczekuje, iż w roku 2019 zwiększy liczbę pracowników, albo co najmniej utrzyma ją na dotychczasowym poziomie.

Tab.2. Zmiany liczby pracowników - prognozowane 2019 i rzeczywiste 2018, wśród członków SAR uczestniczących w ankiecie

zatrudnienie	wzrost	brak zmian	spadek	nie ujawniamy/ brak odpowiedzi
prognoza 2018	69%	15%	5%	10%
wykonanie 2018	50%	14%	25%	11%
prognoza 2019	63%	18%	11%	8%

Wynagrodzenia w branży komunikacji marketingowej

W porównaniu z poziomami płac ustalonymi w badaniu 2018, w agencjach reklamowych i mediowych zaobserwowano aktualnie wzrost rynkowych wartości przeciętnych wynagrodzeń.

Porównując opublikowane wyniki badania z lat 2018 i 2019 - dla płacy całkowitej (obejmującej płacę gwarantowaną plus premie/prowizje i honoraria zmienne) – **wzrost ten osiągnął przeciętnie poziom 3,2%. Dla samej płacy zasadniczej**

W odniesieniu do poszczególnych stanowisk były obserwowane wzrosty płac wyższe od średniej, ale również dla wybranych stanowisk spadki poniżej przeciętnych danych z ubiegłego roku. Oczywiście nie oznacza to obniżek płac dla dotychczasowych pracowników, ale np. zatrudnienia nowych pracowników na niższych stawkach.

W tabelach poniżej zaprezentowano wartości przeciętnych wynagrodzeń (rynkowa mediana), 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.

Mediana wynagrodzenia gwarantowanego miesięcznie [PLN]	
Nazwa stanowiska	
STRATEGY PLANNING	
SENIOR STRATEGIC PLANNER	11 250
STRATEGIC PLANNER	8 020
JUNIOR STRATEGIC PLANNER	5 500
CREATIVE	
SENIOR COPYWRITER	11 150
COPYWRITER	7 500
SENIOR ART DIRECTOR	11 450
ART DIRECTOR	8 250
GRAPHIC DESIGNER	6 215
DTP OPERATOR	6 500
DIGITAL	
WEB DEVELOPER/PROGRAMMER	8 300
PROGRAMATIC SPECIALIST	6 500
MOTION DESIGNER/ANIMATOR	7 300
PERFORMANCE SPECIALIST	6 650
SEM	
SEM SPECIALIST	6 600

Mediana wynagrodzenia gwarantowanego miesięcznie [PLN]	
Nazwa stanowiska	
PRODUCTION	
BROADCAST PRODUCER	8 530
MEDIA	
MEDIA MANAGER	11 000
DIGITAL MEDIA MANAGER	11 000
MEDIA PLANNER	6 000
DIGITAL MEDIA PLANNER	6 500
SENIOR MEDIA PLANNER/BUYER	7 500
DIGITAL SENIOR MEDIA PLANNER/BUYER	8 100
MEDIA PLANNER/BUYER	5 500
DIGITAL MEDIA PLANNER/BUYER	6 240
TRAINEE (Media Assistant)	3 320
DIGITAL TRAINEE (Media Assistant)	3 000
CLIENT SERVICE	
ACCOUNT DIRECTOR	13 650
ACCOUNT MANAGER	7 950
ACCOUNT EXECUTIVE	5 825
ACCOUNT ASSISTANT	4 600
TRAFFIC	
TRAFFIC SPECIALIST	5 040

Stawki godzinowe

Badanie SAR obejmuje również określenie wartości stawek cennikowych (wg stanu na 1.4.2019), **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	PLN
STRATEGIC DIRECTOR	370
STRATEGIC PLANNER	220
SENIOR STRATEGIC PLANNER	260
SOCIAL MEDIA STRATEGIC PLANNER	170
JUNIOR STRATEGIC PLANNER	150
CREATIVE	PLN
EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR	400
CREATIVE DIRECTOR	350
CREATIVE GROUP HEAD	290
SENIOR COPYWRITER	250
COPYWRITER	200
JUNIOR COPYWRITER	150
SENIOR ART DIRECTOR	250

cd. CREATIVE	PLN
ART DIRECTOR	200
JUNIOR ART DIRECTOR	150
SENIOR GRAPHIC DESIGNER	210
GRAPHIC DESIGNER	180
JUNIOR GRAPHIC DESIGNER	120
SENIOR DTP OPERATOR	185
DTP OPERATOR	135
DIGITAL	PLN
HEAD OF DIGITAL	350
TECHNICAL DIRECTOR	330
PRODUCTION	PLN
PRODUCTION DIRECTOR	240
PRINT PRODUCTION MANAGER	200
PRINT PRODUCER	145
BROADCAST PRODUCER	195
PROOFREADER	120

	MEDIA	PLN
SOCIAL MEDIA TEAM MANAGER		200
SOCIAL MEDIA PLANNER		135
JUNIOR SOCIAL MEDIA PLANNER		116
	CLIENT SERVICE	PLN
CLIENT SERVICE DIRECTOR		350
GROUP ACCOUNT DIRECTOR		300
ACCOUNT DIRECTOR		280
ACCOUNT SUPERVISOR		250
ACCOUNT MANAGER		200
ACCOUNT EXECUTIVE		150
ACCOUNT ASSISTANT		120
SOCIAL MEDIA MANAGER		180
SOCIAL MEDIA ACCOUNT EXECUTIVE		150

EVENT MANAGEMENT	
PROJECT DIRECTOR	300
ACCOUNT MANAGER	150
Usługi PR dla klientów zewnętrznych	
PR DIRECTOR	300
PR MANAGER	200
PR EXECUTIVE	165
BRAND DESIGN	
GROUP CREATIVE DIRECTOR BRAND DESIGN	430
SENIOR DESIGNER	325
DESIGNER	210
SENIOR PROJECT/ACCOUNT/BRAND CONSULTANT	280

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR zostało założone w 1997 r. Organizacja zrzesza firmy, które tworzą efektywną komunikację marketingową, jest to obecnie 125 podmiotów: agencje full service, domy mediowe, agencje brand design, interaktywne, eventowe, ambientowe, domy produkcyjne i agencje AdTech. Jednym z głównych zadań SAR jest promocja oraz animacja środowiska reklamowego w Polsce oraz tworzenie warunków do wymiany doświadczeń i pomysłów pomiędzy podmiotami działającymi na rynku. Ponadto działalność SAR koncentruje się na tworzeniu, wdrażaniu i popularyzowaniu standardów przetargowych, dobrych praktyk biznesowych, prowadzeniu szkoleń, seminariów i edukowaniu kadr, a także na badaniach rynkowych. Oprócz tego SAR wraz Polską Konfederacją Pracodawców Prywatnych (Związek Mediów i Reklamy) prowadzi lobbing wokół prawa reklamy. Stowarzyszenie jest organizatorem wyznaczających standardy reklamowe konkursów i związanych z nimi konferencji: Effie Awards, Innovation Award i KTR. Od 1999 r. SAR jest członkiem European Advertising Agencies Association (EAAA), obecnie European Association of Communications Agencies (EACA). Oprócz tego współpracuje z międzynarodowymi stowarzyszeniami reklamy, tj. EACA, IPA, ADC*E. W Polsce SAR jest przedstawicielem międzynarodowego konkursu Cannes Lions oraz kreatywnej platformy medialnej Shots. www.sar.org.pl

Kontakt dla mediów: Karolina Nowosielska, PR Manager, Tel: +48 518 709 855, e-mail:
karolina.nowosielska@sar.org.pl