

Динамика заработных плат сотрудников рекламных агентств по топовым должностям 2022

Исследовательский Центр АКАР / АРИР / РАМУ
Москва
Ноябрь 2022

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Методология исследования

Метод: экспертный опрос

Объем выборочной совокупности: 58 агентств участвовали в исследовании (одно агентство могло принимать участие в нескольких направлениях)

География: г. Москва;

Респонденты: HR-специалисты сетевых (ex-сетевых) и локальных рекламных агентств. В связи с продолжающейся трансформацией сетевых агентств при сохранении большинства присущих им характеристик принято решение оставить в этом году сложившееся распределение.

Форма опроса: заполнение респондентами таблиц (в Excel);

Специализация респондентов: Media, Marketing services, Creative, Digital Media, Digital Creative, PR, Back office.

Периодичность исследования: годовое, 8 волна (1-ая волна 2015 г.)

Период проведения исследования:

Подготовительный этап – май-июнь 2022 г. ;

Полевой этап – июнь-сентябрь 2022 г. (сбор данных),

Анализ, обработка данных – сентябрь 2022 г.

Итоговый отчет в PPT – октябрь 2022 г.

Сегмент Media. Экспертное мнение:

Наталья Тагирова
HR Director
Mediasystem

- Исследования уровня заработных плат сотрудников рекламных агентств является одним из уникальных исследований АКАР, которое проводится уже много лет и является источником знаний о рынке труда в индустрии и базой для принятия решений в отношении сотрудников. Каждый год к исследованию подключаются новые участники, тем не менее есть стабильный список участников, который дает возможность полагаться на историчность и последовательность в тех данных, которые используются для важных решений в области управления персоналом.
- По результатам исследования уровня заработных плат сотрудников рекламных агентств текущего года можно сделать вывод, что сегмент Медиа продолжает изменяться, появляются позиции в новом функционале, что отражает текущие потребности рынка. Один из ярких примеров – позиция DDM Group Head в семье «Стратегия». Тем не менее, для будущего года важно вновь синхронизироваться между участниками исследования по тому, что включается в функционал новых должностей для анализа, возможно, убрать избыточные роли. Учитывая контекст 2022 года, есть вероятность, что тренд по выделению отдельных специализаций сменится на тренд универсальности в функционале должностей, это может спровоцировать пересмотр матрицы и функционала.

Сегмент Media. Экспертное мнение:

Наталья Тагирова
HR Director
Mediasystem

- В сегменте Медиа в этом году наблюдается интересная динамика по стоимости топ-позиций в клиентском сервисе (медиапланировании) и баинге: в предыдущих годах самую большую компенсацию получали позиции из команды стратегов, в этом году их догнали по стоимости топовые роли в медиабаинге и клиентском сервисе, что может свидетельствовать о том, что ценность и критичность этих функций для бизнеса повысилась, возможно, усилилась конкурентная борьба за лучших и сильных управленцев в обозначенных функционалах.
- В целом, можно говорить о том, что компенсация для большинства должностей в локальных и ех-сетевых агентствах стала сопоставимой, возможно, на рынке сформировались общие требования к навыкам, умениям и знаниям по типовым позициям. Для уникальных и редких ролей аналогичный вывод сделать сложно, т.к. не хватает данных.

Сегмент Digital Media. Экспертное мнение:

Мария Золотарева

Директор по работе с персоналом

TWIGA CG

- По результатам исследования уровня заработных плат сотрудников рекламных агентств текущего года можно сделать вывод, что сегмент Digital Media продолжает активно меняться и развиваться. Несколько лет подряд мы наблюдаем количественный рост позиций в сегменте, а по 2022 году есть ощутимый скачок роста не только в количестве текущих позиций, но и в функциональном приросте новыми вертикалями и, соответственно, позициями. Хотелось бы особенно отметить появление таких вертикалей как Innovations и R/A, что является закономерным следствием изменения реальности рынка и подходов к реализации проектных задач.
- Вторым примечательным фактом является рост заработных плат во всех направлениях сегмента. По топ позициям абсолютный лидер — Digital Director. Если чуть глубже посмотреть аналитику, то можно сделать вывод, что рост заработных плат происходит за счет позиций в локальных агентствах. В сетевых/ex-сетевых агентствах ситуация не так однозначна— так, можно наблюдать падение доходов по топ позициям в баинге, рисече и отдельно хочу отметить позицию Media Group Head.
- В целом, согласно исследованию, ситуация по сегменту внушает оптимизм, несмотря на все сложности и высокий процент неопределенности, с которыми мы все столкнулись.

Топ 7 позиций по всем сегментам 2022

В таблице представлен топ 7 должностей по уровню **средних ежемесячных доходов по позиции** из 394 проанализированных позиций по всем сегментам

Среди всех сегментов из 394 должностей наиболее высокие показатели средних заработных плат у руководящих должностей в сегментах Media (2, 5, 6, 7 места), Back-office (3 и 4 места), PR (1 место)

№	Сегмент	Должность	Среднее значение
1	PR	Media Director	799 170 ₽
2	Media	Client Service Director	774 405 ₽
3	Back-office	Director of legal Department	765 555 ₽
4	Back-office	Operations Director	740 163 ₽
5	Media	Media Planning & Buying Director	722 407 ₽
6	Media	Media Buying Director (all Media SMI)	703 790 ₽
7	Media	Chief Strategic Officer	703 252 ₽

Топ 7 позиций по всем сегментам 2022

В таблице представлен топ 7 должностей по уровню **медианных ежемесячных доходов по позиции** из 394 проанализированных позиций по всем сегментам

№	Сегмент	Должность	Медианное значение
1	PR	Media Director	799 170 ₽
2	Media	Media Buying Director (all Media SMI)	699 167 ₽
3	BO	Director of legal Department	690 938 ₽
4	BO	HR - Director	619 167 ₽
5	Digital Media	Digital Director	597 697 ₽
6	MS	Digital Director	570 356 ₽
7	Media	Media Buying Director (TV)	548 050 ₽

Топ позиций по каждому сегменту 2022

В таблице представлен топ должностей по уровню **средних ежемесячных доходов по позициям** в каждом проанализированном сегменте

№	Сегмент	Должность	Среднее значение
1	PR	Media Director	799 170 ₽
2	Media	Client Service Director	774 405 ₽
3	Back Office	Director of legal Department	765 555 ₽
4	Digital media	Analyst Director (Digital)	664 082 ₽
5	Marketing Services	Digital Director	524 497 ₽
6	Digital Creative	Digital Director	357 466 ₽
7	Creative	Creative Director	342 970 ₽

Топ 7 позиций на рынке Creative 2020-2022

1. Creative Director	342 970 ₺
2. Client Service Director	341 539 ₺
3. New Business Director	330 003 ₺
4. Strategic Planning Director	327 405 ₺
5. Creative Group Head	275 270 ₺
6. Group Account Director	273 759 ₺
7. Head of [TV] Production	242 047 ₺



1. Associate Creative Director	361 404 ₺
2. Creative Director	351 181 ₺
3. Client Service Director	329 057 ₺
4. Strategic Planning Director	269 275 ₺
5. New Business Director	262 487 ₺
6. Creative Group Head	231 962 ₺
7. Senior Producer	201 236 ₺

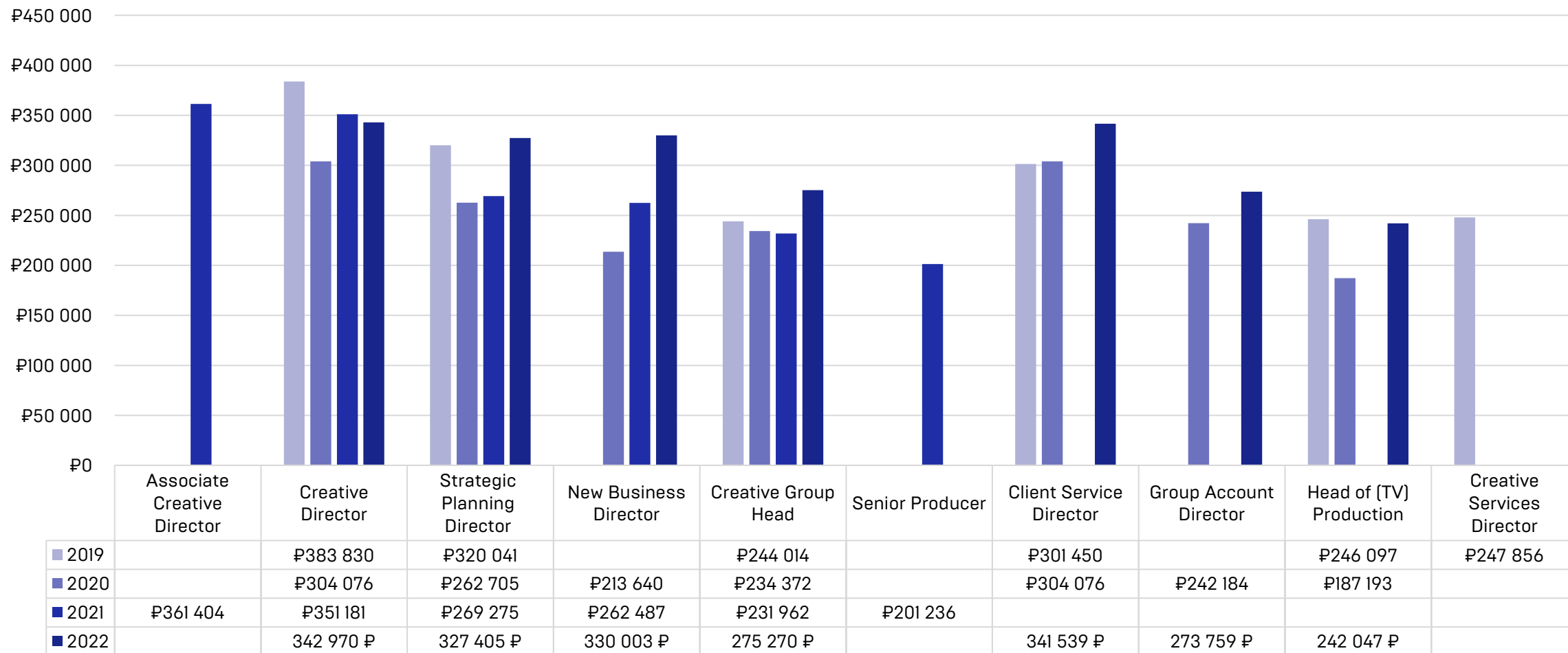


1. Creative Director	304 076 ₺
2. Client Service Director	290 598 ₺
3. Strategic Planning Director	262 705 ₺
4. Group Account Director	242 184 ₺
5. Creative Group Head	234 372 ₺
6. New Business Director	213 640 ₺
7. Head of [TV] Production	187 193 ₺



Сравнение Top 7 позиций Creative 2019 – 2022

TOP 2019-2022



Топ 7 позиций на рынке Back Office 2022

Director of legal Department	765 555 ₺
Operations Director	740 163 ₺
HR - Director	659 944 ₺
Chief Operational Officer	527 434 ₺
IT Director	516 764 ₺
Financial Director	457 897 ₺
Head of Legal Department	430 124 ₺



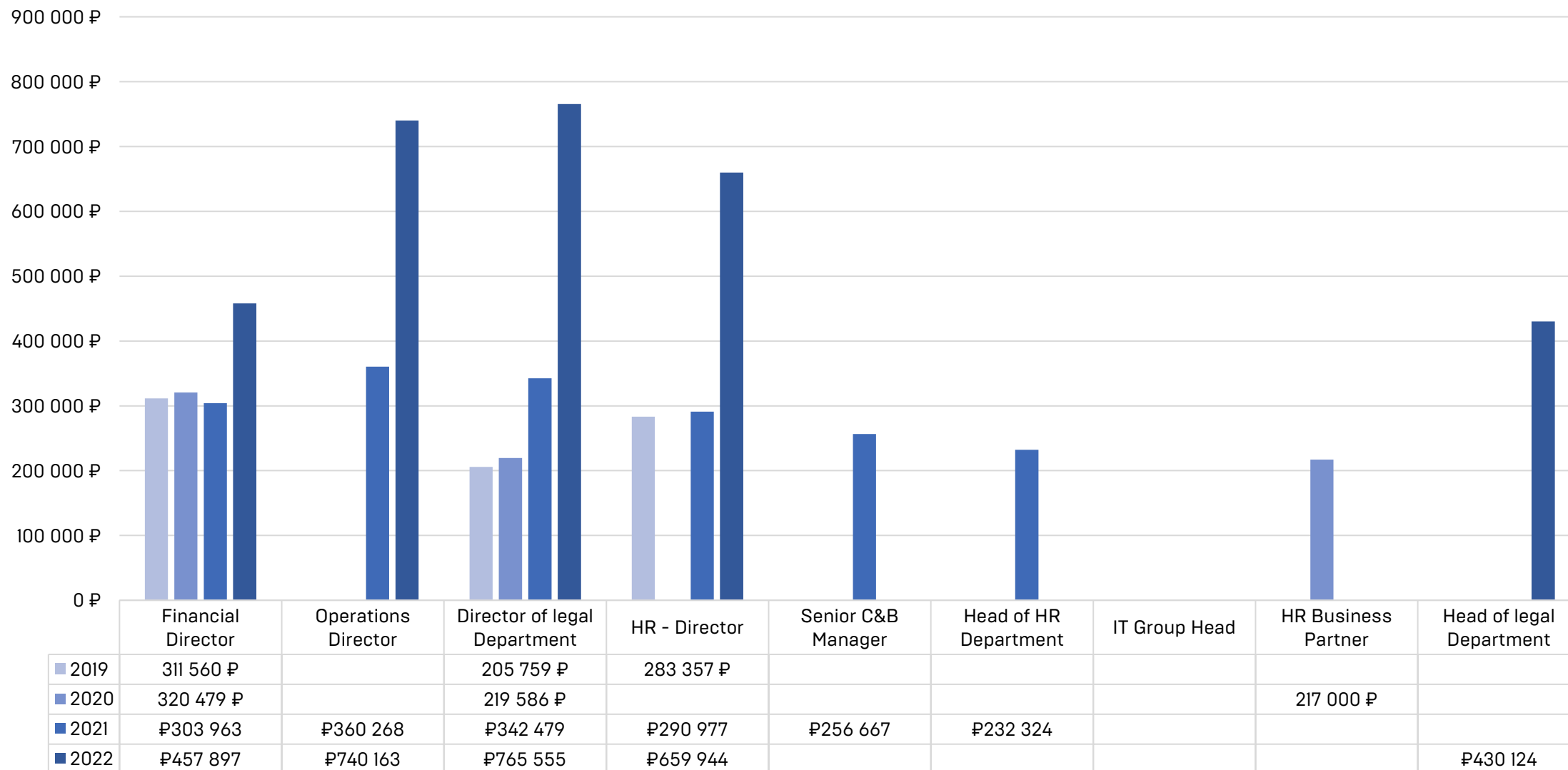
1. Operations Director	360 268 ₺
2. Director of legal Department	342 479 ₺
3. Financial Director	303 963 ₺
4. HR - Director	290 977 ₺
5. Senior C&B Manager	256 667 ₺
6. Head of HR Department	232 324 ₺
7. IT - Director	224 641 ₺



1. IT Director	418 075 ₺
2. Administrative Director	348 500 ₺
3. Financial Director	320 479 ₺
4. Director of Legal Department	219 586 ₺
5. HR Business Partner	217 000 ₺



Сравнение Топ 7 позиций Back Office 2019 – 2022



Топ 7 позиций на рынке Digital Creative 2020-2022

1. Digital Director	357 466 ₺
2. Account Director	333 842 ₺
3. Strategic Director	327 750 ₺
4. Creative Director (Digital)	317 627 ₺
5. New Business Director	297 556 ₺
6. Strategic Group Head	295 466 ₺
7. Project Management Director	273 633 ₺



1. Creative Director (Digital)	316 895 ₺
2. Digital Director	194 729 ₺
3. New Business Director	222 730 ₺
4. Senior Art Director	188 242 ₺
5. Account Director	187 255 ₺
6. Account Group Head	183 990 ₺
7. Art Director	142 750 ₺

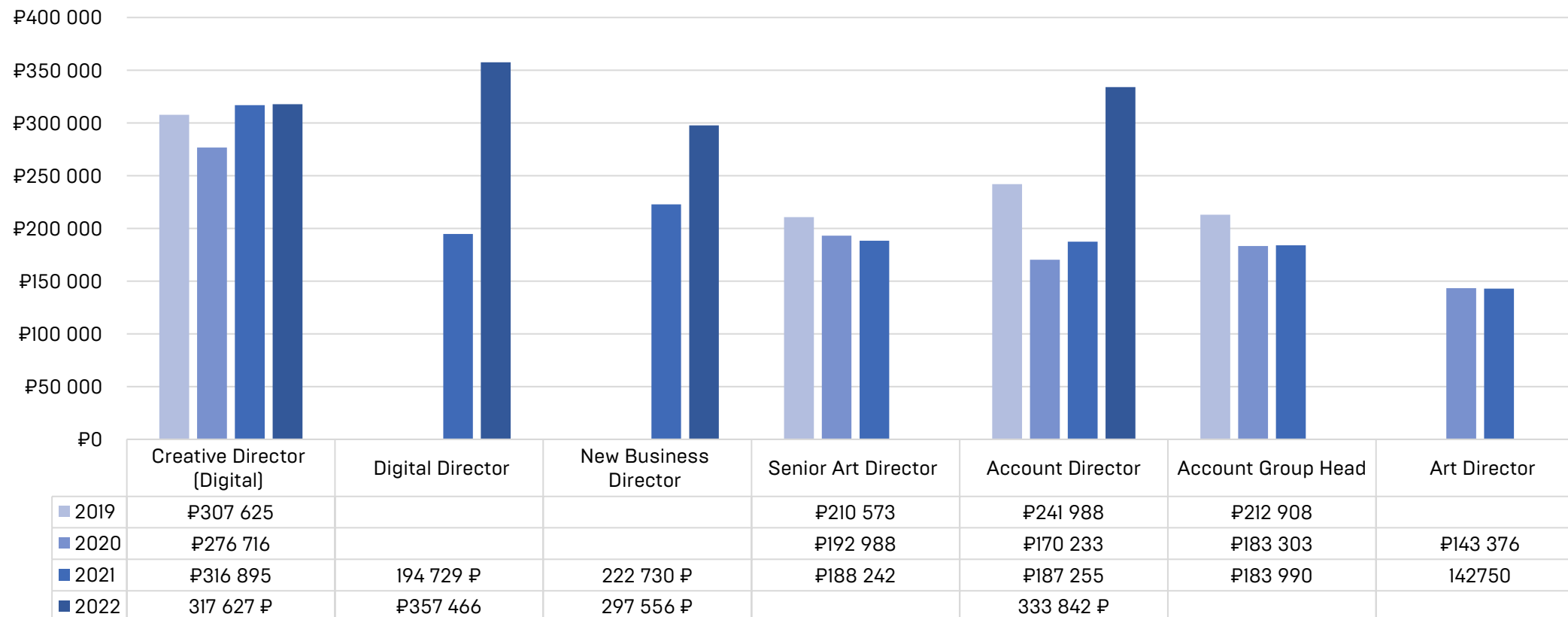


1. Creative Director (Digital)	276 716 ₺
2. Senior Art Director	192 988 ₺
3. Strategist	187 988 ₺
4. Account Group Head	183 303 ₺
5. Account Director	170 233 ₺
6. Art Director	143 376 ₺
7. Senior Account Manager	131 138 ₺



Сравнение Топ 7 позиций Digital Creative 2019 – 2022

Средние значения заработных плат по топ позициям в динамике



Топ 7 позиций в сегменте Media в 2022 году

1. Media Buying Director (TV)	548 050 ₺
2. Strategic Director	466 329 ₺
3. Head of Buying Division (TV)	439 059 ₺
4. Group Account Director	412 053 ₺
5. Econometrician Director	401 997 ₺
6. Deputy Head of Buying Division (OOH)	399 424 ₺
7. Media Buying Director (OOH)	371 839 ₺



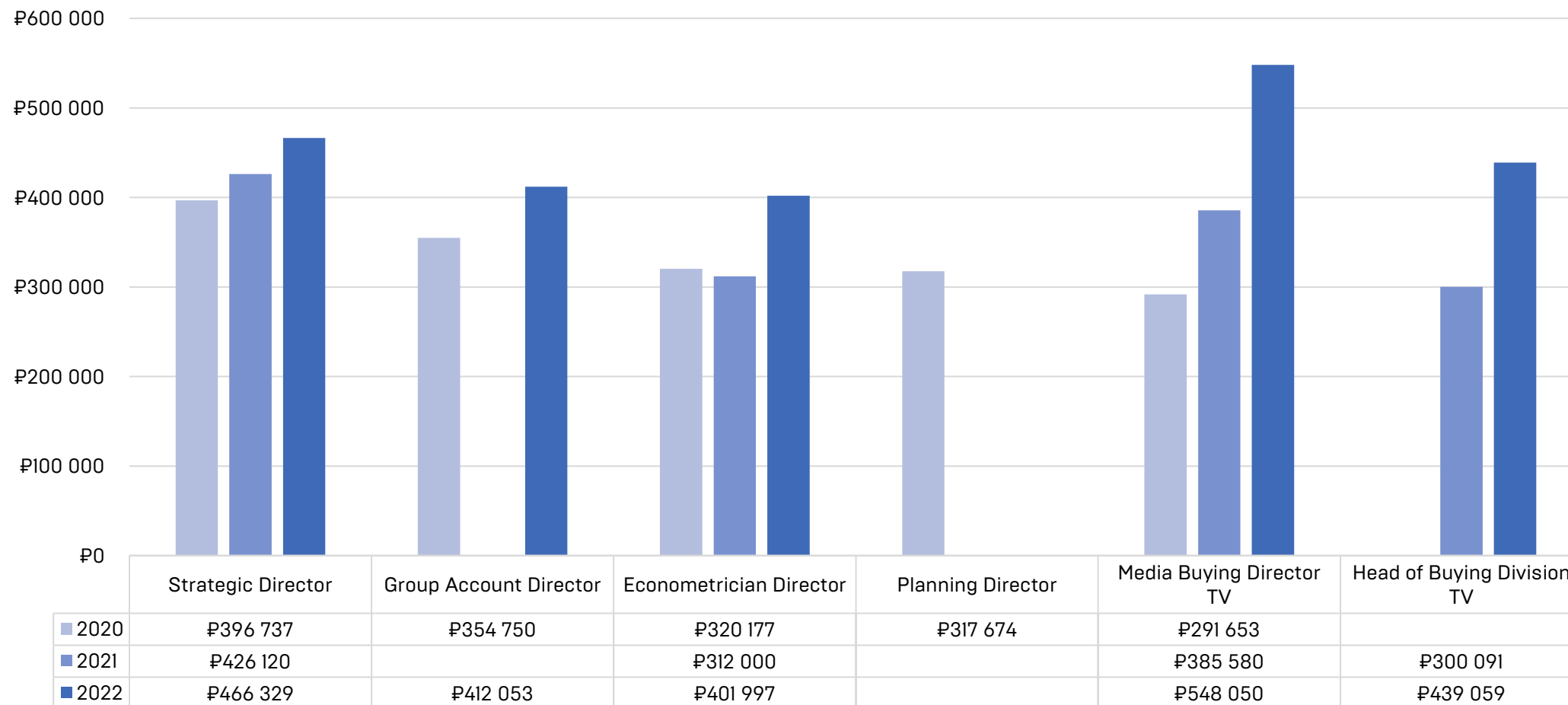
1. Strategic Director	426 120 ₺
2. Media Buying Director TV	385 580 ₺
3. Media Buying Director all Media SMI	350 090 ₺
4. Media Buying Director Radio	343 831 ₺
5. Econometrician Director	312 000 ₺
6. Head of Buying Division	300 091 ₺
7. Director of Sponsorship Special Projects	294 580 ₺



1. Strategic Director	396 737 ₺
2. Group Account Director	354 750 ₺
3. Econometrician Director	320 177 ₺
4. Planning Director	317 674 ₺
5. Media Buying Director TV	291 653 ₺



Сравнение TOP7 позиций Media 2020 – 2022



Топ 7 позиций на рынке Digital Media 2019-2022

1. Digital Director	404 600 ₺
2. Business Intelligence Director	386 149 ₺
3. Planning Director (Digital)	319 420 ₺
4. Buying Director (Digital)	310 518 ₺
5. Strategic Director (Digital)	306 150 ₺
6. Performance Director	301 813 ₺
7. Head of Programmatic	290 269 ₺

2021

1. Planning Director (Digital)	388 440 ₺
2. Digital Director	341 025 ₺
3. Buying Director (Digital)	309 000 ₺
4. Strategic Director (Digital)	267 200 ₺
5. Account Director (Digital)	263 863 ₺
6. Account Director	256 163 ₺
7. Head of Programmatic	251 471 ₺

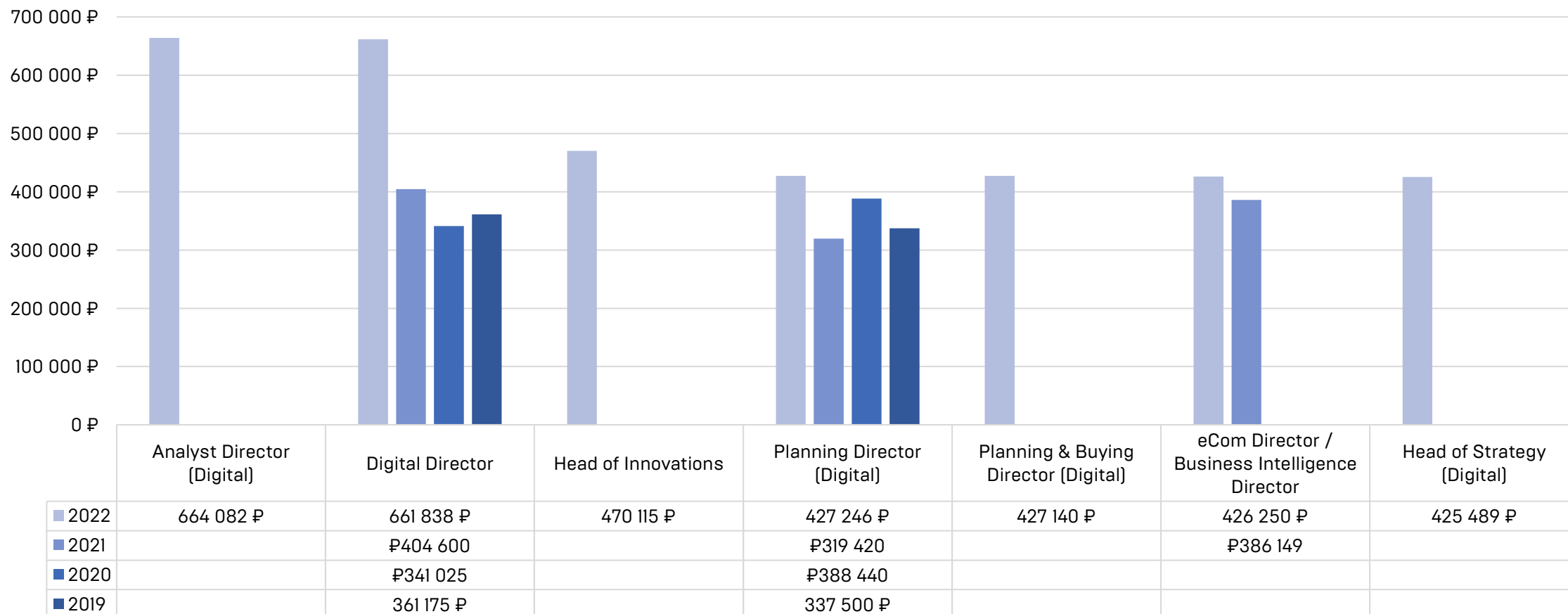
2020

1. Digital Director	361 175 ₺
2. Digital Planning Director	337 500 ₺
3. Digital Head of Research	315 750 ₺
4. Performance Director	312 596 ₺
5. Digital Account Director	286 555 ₺
6. Head of Programmatic	286 277 ₺
7. Digital Strategic Director	276 879 ₺

2019

Сравнение TOP7 позиций Digital Media 2019 – 2022

Динамика среднемесячных доходов по топ-7 должностей



Топ-7 позиций на рынке MS 2021

1. Digital Director	524 497 ₺
2. Strategic Planning Director	458 351 ₺
3. Creative Director	389 762 ₺
4. Client Service Director	376 444 ₺
5. Head of Events	376 444 ₺
6. Regional Director	376 444 ₺
7. Group Account Director	367 317 ₺

2022

1. Strategic Director	260 954 ₺
2. Creative Director	245 920 ₺
3. Event Project Director	234 478 ₺
4. Digital Director	206 250 ₺
5. Client Service Director	212 454 ₺
6. New Business Director	202 981 ₺
7. Group Account Director	180 486 ₺

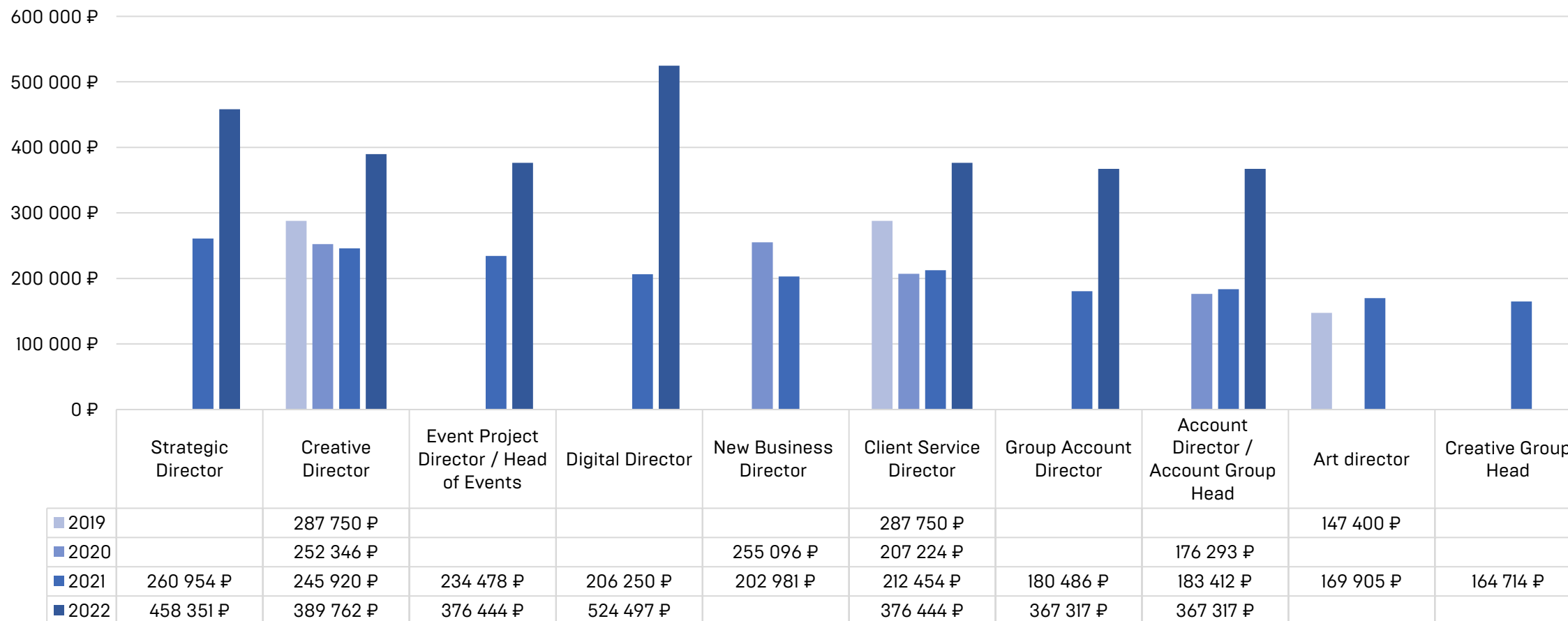
2021

1. New Business Director	255 096 ₺
2. Creative Director	252 346 ₺
3. Project Manager	225 096 ₺
4. Client Service Director	207 224 ₺
5. Account Director	176 293 ₺

2020

Топ 7 позиций на рынке MS 2022

Динамика среднемесячных доходов по топ-7 должностей



Топ 7 позиции на рынке PR 2021

1. Media Director	799 170 ₺
2. Client Service Director	370 000 ₺
3. Group Account Director	299 366 ₺
4. Traffic Manager	282 500 ₺
5. Head of practice	279 909 ₺
6. Account Lead	278 969 ₺
7. New Business Director	266 667 ₺



1. Head of practice	342 500 ₺
2. Account Social Media Director	222 000 ₺
3. Account Client Service Director	208 213 ₺
4. Group Account Director	186 667 ₺
5. Senior Copywriter	169 500 ₺
6. Account Manager	132 617 ₺
7. Senior Account Manager	117 579 ₺



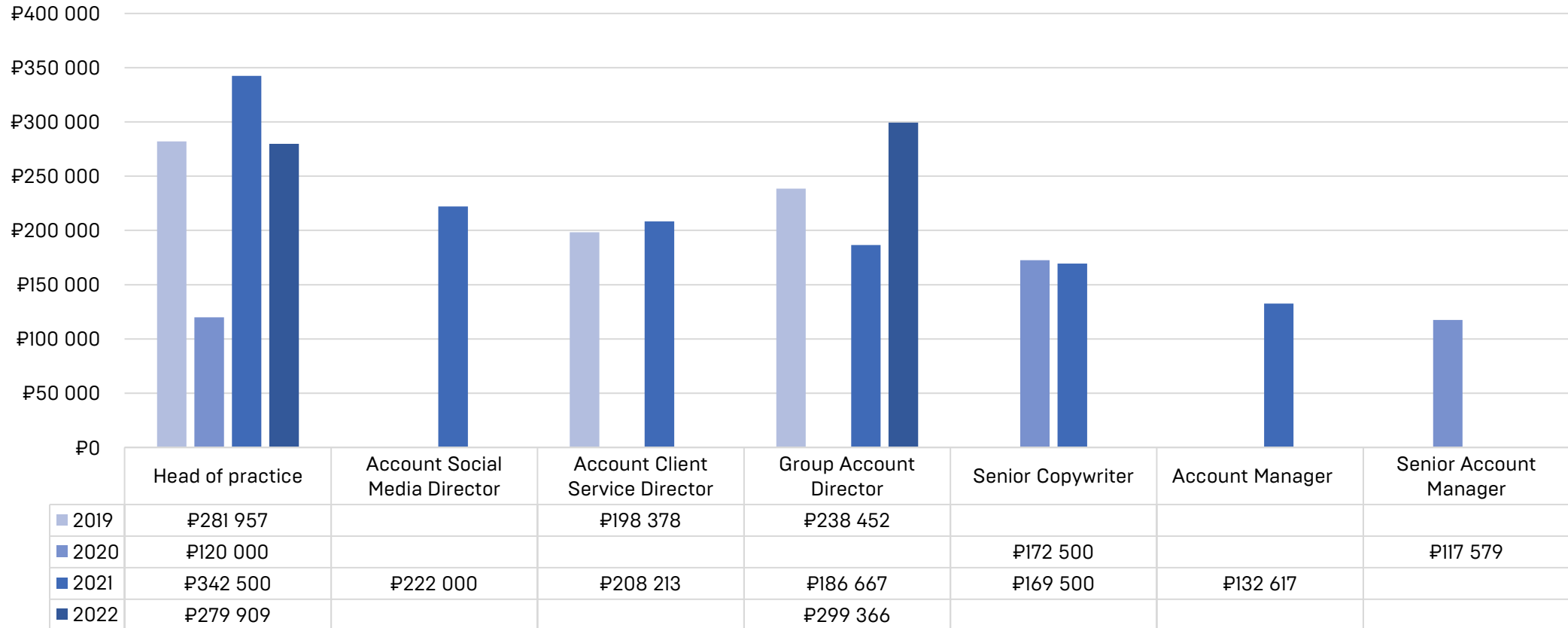
1. Media Director	390 000 ₺
2. Strategic Manager	200 000 ₺
3. Senior Copywriter	172 500 ₺
4. Head of Practice	120 000 ₺
5. Group Account Director	65 000 ₺



(!) Недостаточно данных для анализа

Сравнение Топ 7 позиций сегмента PR 2019 – 2021

Динамика среднемесячных доходов по топ-7 должностей



КОНТАКТЫ

**РУКОВОДИТЕЛЬ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ЦЕНТРА АКАР/АРИР/РАМУ**

Николай Васильев

nv@akarussia.ru

**МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ЦЕНТРА АКАР/АРИР/РАМУ**

Никита Баркевич

n.barkevich@akarussia.ru