



ESTUDIO DE REMUNERACIÓN

MARKETING

2012

Page
Personnel



2775

ENTREVISTAS REALIZADAS A
PERFILES DE MARKETING EN 2011

ÍNDICE

	pág.
ORGANIGRAMA	4
Assistant de Marketing	6
Ejecutivo de Cuentas	8
Planificador de Medios	10
Técnico de Comunicación	12
Product Manager	14
Responsable de Marketing / Marketing Manager	16
Brand Manager	18
Responsable Marketing Directo	20
Responsable Trade Marketing	22
Responsable Marketing Online	24
Responsable Comunicación	26
Técnico de Investigación de Mercados	28
Responsable Estudios de Mercado	30
OFICINAS	32

Page Personnel Marketing está especializada en posiciones de "creación" y puesta en marcha de la comercialización del producto y su comunicación (y estudio) dentro del mercado. Esta especialización y procedencia permite comprender mejor las necesidades de nuestros clientes en materia de selección de personal, así como detectar más eficientemente candidatos que se ajusten a las mismas.

Desde la óptica del candidato, el modelo de negocio de Page Personnel Marketing permite una mayor comprensión por parte del consultor de su perfil y sus expectativas profesionales, presentándole siempre proyectos que igualen o superen las mismas.

Page Personnel Marketing colabora con importantes compañías de reconocido prestigio, independientemente del sector en el que desarrollen su actividad (gran consumo, entretenimiento, telecomunicaciones, electrónica de consumo, lujo, farma, software/hardware, industria, automoción, comunicación, Internet, publicidad, media, servicios...).



ASSISTANT DE MARKETING

DEPENDENCIA

En dependencia del Product Manager o Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Apoyar y ejecutar ciertas acciones del plan de Marketing del producto bajo la responsabilidad del Product Manager o del Responsable de Marketing.
- Analizar e interpretar, junto con el Product Manager, los estudios de mercado cuantitativos y cualitativos.
- Colaborar en la medición y análisis de rentabilidad de las acciones de marketing realizadas.
- Coordinar su actividad con otros departamentos/líneas de producto de la compañía.

REMUNERACIÓN EN EUROS

Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años	
	Mín.	18.000	24.000	NS
DIP. / LIC.	Máx.	24.000	30.000	NS

*NS = No significativo

PERFIL

- Formación superior en Ciencias Económicas/Empresariales o ADE. Valorable máster en Marketing.
- Indispensable nivel alto de inglés o de otros idiomas.

EVOLUCIÓN

Es un perfil junior, recién licenciado, incorporado al departamento de Marketing. La evolución natural de esta posición puede ser consolidándose en esta área como perfil de soporte en el departamento, o hacia una posición de Product Manager en sus diferentes posibilidades (líneas de productos, marca, implementación plan de marketing). Esta evolución será más o menos rápida y con mayores posibilidades en función de la experiencia que puede aportar el candidato sobre el sector.

[Volver al índice](#)

EJECUTIVO DE CUENTAS

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Departamento de Cuentas.

RESPONSABILIDADES

- Realización de propuestas publicitarias, negociación de las campañas con los clientes, seguimiento de los mismos e implementación.
- Gestionar el estado de los proyectos a entregar a clientes, desde su inicio hasta su finalización.
- Gestionar y supervisar las cuentas asignadas.
- Captar ingresos publicitarios a través de campañas procedentes de anuncios directos, agencias de publicidad y medios.
- Cumplir los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	18.000	22.000	28.000
	Máx.	22.000	28.000	35.000

PERFIL

- Formación superior en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Indispensable nivel alto de inglés y/o de otros idiomas.
- Perfil con clara vocación comercial, excelentes habilidades para las relaciones interpersonales y acostumbrado a trabajar por objetivos.

EVOLUCIÓN

Puesto con un alto nivel de responsabilidad, con experiencia previa mínima de 2/3 años (gestionará marcas que generan gran parte de los resultados de la compañía). Acostumbrados a manejar amplios presupuestos de inversión y deben tener una doble vertiente comercial y creativa.

La evolución natural de esta posición puede ir hacia la Dirección del departamento de Cuentas.

[Volver al índice](#)

PLANIFICADOR DE MEDIOS

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Comunicación o Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Dar soporte en la creación, definición e implementación, junto con el Responsable de Comunicación o de Marketing, de la estrategia de comunicación y del plan de medios de la compañía.
- Analizar y garantizar la optimización de la inversión publicitaria de la compañía.
- Creación de briefings, coordinación y supervisión de agencias.
- Control y seguimiento presupuestario.
- Asegurar, junto con el departamento de Marketing, la correcta difusión de la imagen corporativa de la compañía.
- Seleccionar y negociar anualmente las campañas con los proveedores externos elegidos.
- Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.
- Cumplir con los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.

PERFIL

- Formación superior en Ciencias de la Información o Ciencias Económicas, valorándose estudios de postgrado.
- Experiencia mínima de 3 a 4 años en departamentos de comunicación y/o central de medios como planificador senior y/o agencia de publicidad.
- Acreditará un elevado nivel de interlocución en los medios de comunicación (Redactor Jefe de la sección objetivo) y en centrales de medios (Director General/ Planificador Senior).

EVOLUCIÓN

La función se desarrolla y existe en estructuras con grandes presupuestos para invertir en medios. La evolución natural de esta posición puede ser consolidándose en posiciones de marketing de medios, agencias de comunicación, televisión o centrales de compras.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	20.000	22.000	26.000
	Máx.	23.000	27.000	33.000

[Volver al índice](#)

TÉCNICO DE COMUNICACIÓN

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Comunicación o Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Dar soporte en la creación, definición e implementación, junto con el Responsable de Comunicación o de Marketing de la estrategia de comunicación externa e interna de la compañía.
- Dar soporte en la elección y supervisión de la agencia de comunicación y/o agencia de relaciones públicas.
- Mantener la interlocución con los medios de comunicación.
- Realización y gestión de contenidos para web, prensa y comunicados oficiales, tanto internos como externos.
- Gestión del presupuesto asignado.
- Dar soporte en la realización de labores de portavoz y representación de la compañía.
- Organizar los principales eventos corporativos de la compañía.

PERFIL

- Formación superior en Ciencias de la Información (rama periodismo) o Marketing. Se valora positivamente estudios de postgrado en Comunicación, Marketing y/o Protocolo.
- Imprescindible dominio de inglés. Se valorará positivamente el conocimiento de otros idiomas.
- Elevado nivel de interlocución, flexible, polivalente, con dotes de creatividad, orientado al cliente, carismático y convincente.

EVOLUCIÓN

Puesto con alto nivel de responsabilidad, con experiencia previa mínima de 2 a 3 años en departamentos de comunicación o marketing corporativo en compañías de gran consumo o en agencia de comunicación. La evolución natural de esta posición puede ser consolidándose hacia la gestión de un departamento de comunicación o bien de una agencia.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	18.000	21.000	26.000
	Máx.	22.000	26.000	28.000

[Volver al índice](#)

PRODUCT MANAGER

DEPENDENCIA

En dependencia del Marketing Manager o Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Crear, definir e implementar el plan de marketing del producto o servicio, bajo su responsabilidad.
- Definir con el Marketing Manager o Responsable de Marketing, la estrategia de marketing para el producto o servicio a su cargo.
- Elaborar, controlar y gestionar el presupuesto asignado al producto bajo su responsabilidad.
- Medir y analizar la rentabilidad de las acciones de marketing realizadas.
- Coordinar su actividad con otros departamentos/líneas de producto de la compañía.
- Cumplir los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.

PERFIL

- Formación superior en Ciencias Económicas/Empresariales o ADE. Valorable máster en Marketing.
- Indispensable nivel alto de inglés y/o de otros idiomas.
- Alto nivel de responsabilidad.
- Acostrumbado a manejar amplios presupuestos de inversión y debe tener una doble vertiente estratégica y analítica.

EVOLUCIÓN

La evolución natural de esta posición se puede realizar en tres direcciones: Category Manager, Marketing Manager o Responsable de Marketing.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	20.000	24.000	+35.000
	Máx.	24.000	35.000	

[Volver al índice](#)

RESPONSABLE DE MARKETING / MARKETING MANAGER

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable Comercial.

RESPONSABILIDADES

- Crear, definir e implementar el Plan de Marketing de la compañía a nivel nacional, asegurando su compatibilidad y sinergia con la estrategia de marketing corporativo del grupo.
- Definir, junto con la Dirección General/Comercial, la estrategia de marketing para el portfolio de productos y/o servicios de la compañía.
- Elaborar, controlar y gestionar el presupuesto del departamento garantizando la optimización del mismo.
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad.
- Medir y analizar la rentabilidad de las acciones de marketing realizadas.
- Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.

PERFIL

- Experiencia mínima de 4 años en departamentos de marketing.
- Acreditará un elevado nivel de interlocución en agencia de comunicación / publicidad (Responsable de Cuentas/Responsable General) y central de medios (Planificador Senior/Responsable General).
- Formación superior en Ciencias Económicas/Empresariales o Marketing, valorándose positivamente máster en prestigiosa Escuela de Negocios.
- Indispensable nivel alto de inglés y/o francés.
- Gran capacidad de análisis, polivalente, orientado a resultados, proactivo, innovador y con elevada capacidad de liderazgo y gestión de equipos humano.

EVOLUCIÓN

El Responsable de Marketing puede orientarse hacia la responsabilidad de un centro de aprovechamiento o de una Dirección de Marketing Internacional. Para los más potencialmente fuertes, la Dirección de Marketing es a menudo una paso necesario en el camino hacia la Dirección General.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	30.000	32.000	36.000
	Máx.	35.000	38.000	45.000

[Volver al índice](#)

BRAND MANAGER

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Colaborar a crear, definir e implementar el Plan de Marketing bajo su responsabilidad.
- Definir, junto con el Marketing Manager o Responsable de Marketing, la estrategia de marketing.
- Elaborar, controlar y gestionar el presupuesto asignado bajo su responsabilidad.
- Medir y analizar la rentabilidad de las acciones de marketing realizadas.
- Coordinar su actividad con otros departamentos/líneas de producto de la compañía.
- Cumplir los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.

PERFIL

- Alto nivel de interlocución en agencia de comunicación (ejecutivo de cuentas) y central de medios (planificador).
- Formación superior en Ciencias Económicas, Empresariales o Marketing, valorándose positivamente máster en prestigiosa escuela de negocios.
- Indispensable nivel de inglés y/o francés alto.

EVOLUCIÓN

La evolución de un Brand Manager es muy lineal: Marketing Manager y después Responsable de Marketing.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	25.000	28.000	34.000
	Máx.	30.000	35.000	40.000

[Volver al índice](#)

RESPONSABLE MARKETING DIRECTO

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Elaborar, definir e implementar, junto con el Responsable de Marketing, la estrategia de Marketing Directo de la compañía.
- Crear, mantener y mejorar la base de datos de clientes potenciales / activos de la compañía.
- Diseñar y ejecutar el plan promocional de la compañía.
- Identificación y segmentación de la base de datos realizando acciones promocionales ad-hoc para cada target definido.
- Medición, análisis y seguimiento de todas y cada una de las acciones de marketing directo llevadas a cabo.
- Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.
- Consecución de los objetivos asignados (cualitativos y cuantitativos).

REMUNERACIÓN EN EUROS

DIP. / LIC.	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
	Mín.	25.000	28.000	32.000
	Máx.	30.000	32.500	38.000

PERFIL

- Poseerá alto nivel de interlocución y contactos en agencias de Marketing Directo, empresas de call center, regalos promocionales, etc.
- Formación superior en Estadística o Matemáticas o Marketing o Económicas / Empresariales.
- Acreditará dominio de programas estadísticos avanzados (Datamining, Datawarehouse, Business Object, etc), Office, SPSS y herramientas/sistemas CRM.
- Imprescindible dominio de inglés valorándose positivamente conocimientos de otros idiomas.
- Gran capacidad analítica y numérica, organizado, metódico, con elevada capacidad de síntesis, polivalente, orientado al resultado y al cliente, trabajador de equipo.

[Volver al índice](#)

RESPONSABLE TRADE MARKETING

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Marketing o del Responsable Comercial.

RESPONSABILIDADES

- Crear, definir e implementar la estrategia de Trade Marketing de la compañía junto con la Dirección Comercial.
- Establecer y coordinar el plan promocional anual de la cartera de productos bien por categorías o familias o por Key Accounts.
- Elaborar, controlar y gestionar el presupuesto del departamento garantizando la optimización del mismo.
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad.
- Presentación, negociación y cierre, junto con el Responsable Comercial o Responsable Nacional de Grandes Cuentas o Key Accounts Nacionales, de la estrategia promocional en las cuentas estratégicas de la empresa.
- Control, medición y análisis cualitativo y cuantitativo de las acciones promocionales ejecutadas o previstas.
- Definir, coordinar e implementar los procesos de gestión por categorías de la compañía, así como la presentación, predicción y análisis del mismo.
- Coordinar su actividad con otros departamentos (marketing, comercial, etc.).
- Identificar, estudiar y analizar al comprador y/o usuario del producto de la compañía, dirigiendo hacia él todos los esfuerzos de trade marketing.

PERFIL

- Experiencia mínima de 3 a 5 años en departamentos de marketing o comerciales en compañías pertenecientes al sector gran consumo, en donde haya desempeñado funciones de marketing manager o Key Account Nacional al menos durante un periodo de 2 años.
- Acreditará un elevado conocimiento del producto y del mercado (tendencias, cuota de mercado, competidores,...) interlocución con institutos de investigación de mercado y de comportamiento del consumidor.

- Formación superior en Ciencias Económicas, titulado superior universitario, valorándose formación de postgrado en Marketing o Dirección Comercial en escuela de negocios.
- Indispensable nivel alto de inglés. Valorándose el conocimiento de otros idiomas.
- Elevada capacidad analítica y sintética, alta orientación al resultado y a la maximización del mismo, flexible, buenas habilidades comerciales externas e internas, negociador de alto nivel, empático, elevada capacidad de liderazgo y gestor y motivador de equipos humanos.

EVOLUCIÓN

La evolución puede realizarse hacia las ventas en una función de tipo cuentas clave o hacia el marketing en un puesto de Category Manager o de Jefe de Producto.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	21.000	24.000	28.000
	Máx.	24.000	28.000	36.000

[Volver al índice](#)

RESPONSABLE DE MARKETING ONLINE

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Crear, definir e implementar, junto con el Responsable de Marketing o el Responsable de Comunicación, la estrategia de comunicación y el plan de medios de la compañía.
- Definir, crear e implementar el plan de marketing online y la estrategia de la marca en el medio Online para maximizar el tráfico en la Web así como la demanda a través de la misma
- Definir y negociar la compra de espacios Online para optimizar la presencia de la marca y de sus productos en la red.
- Coordinar todas las acciones de Marketing Digital con el resto de departamentos de la compañía, trabajando muy de la mano con los Brand Teams y el departamento comercial.
- Gestionar las adaptaciones y cambios de la página Web corporativa, abarcando los contenidos, desarrollos, mejoras, innovaciones.
- Planificar, gestionar y seguir las campañas de marketing on-line.
- Buscar, evaluar y recomendar nuevos canales on-line y generar oportunidades.
- Gestionar los proyectos de SEM (search engine marketing) de la compañía.
- Desarrollar la estrategia de SEO (search engine optimization) y supervisar el desarrollo del posicionamiento de las páginas del grupo a largo plazo.
- Mantener y gestionar la relación con las agencias externas. Participar en la evaluación de dichas agencias y la negociación de los fees.
- Vigilar el cumplimiento de la identidad corporativa y de marca en el área de Internet.

PERFIL

- Formación superior, valorándose estudios de postgrado.
- Imprescindible dominio de inglés.

- Polivalente, orientado a resultados y al cliente (interno y externo) acostumbrado a trabajar por objetivos y con elevado nivel de comunicación.

EVOLUCIÓN

La evolución de esta posición suele ser hacia Responsable de Marketing.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	24.000	26.000	28.000
	Máx.	26.000	30.000	36.000

[Volver al índice](#)

RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Crear, definir e implementar, junto con el Responsable de Marketing o el Responsable General, la estrategia de comunicación externa e interna y la estrategia de la compañía.
- Elección y supervisión de la agencia de comunicación y/o agencia de RR.PP.
- Mantener la interlocución al más alto nivel con los medios de comunicación.
- Realización y supervisión de notas de prensa y comunicados oficiales internos y externos.
- Gestión del presupuesto asignado.
- Realizar labores de portavoz y representación de la compañía.
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad.
- Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.
- Conseguir los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.
- Organizar y definir los principales eventos corporativos de la compañía.

PERFIL

- Experiencia mínima de 3 a 5 años en departamentos de comunicación o marketing comparativo o en agencia de comunicación llevando la comunicación de importantes clientes o en importante medio de comunicación.
- Titulado superior, preferentemente en Ciencias de la Información (rama periodismo) o Marketing. Se valora positivamente estudios de postgrado en Comunicación, Marketing y/o Protocolo.
- Se valorará positivamente el conocimiento de idiomas.
- Excelente nivel de relación y comunicación, elevado nivel de interlocución, flexible, polivalente, con altas dotes de creatividad, orientado al cliente, sereno, reflexivo, carismático y convincente.

EVOLUCIÓN

La evolución de un Responsable de Comunicación puede realizarse hacia consultoras de comunicación o hacia los departamentos de marketing o comerciales de la misma compañía.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	24.000	25.000	27.000
	Máx.	26.000	28.000	35.000

[Volver al índice](#)

TÉCNICO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Estudios de Mercado o Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Colaborar con el Responsable de Estudios de Mercado en la estrategia de análisis y estudios del mercado y/o del consumidor/comprador de los productos de la compañía.
- Realización de los proyectos de estudios cualitativos y/o cuantitativos periódicos (tracking) como ad-hoc.
- Detección en las variables críticas de análisis (la muestra objetivo) y determinación del cuestionario o las acciones a practicar.
- Mantener el contacto con agencia o instituto de investigación de mercados.
- Recopilar información, analizar y presentar los resultados de los estudios, así como prever y marcar acciones a llevar a cabo.
- Coordinar y cumplir con los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.

PERFIL

- ITM, Dip. Empresariales , Lic. ADE (o titulación equivalente). Titulado superior en Estadística.
- Dominio de programas estadísticos, como SPSS.
- Experiencia mínima de 2 años en agencia de investigación de mercado.
- Cada vez en los departamentos de marketing es habitual encontrarse un área interna que se dedique específicamente a los estudios de mercado.

EVOLUCIÓN

La evolución natural de esta posición puede ser consolidándose de forma natural hacia la dirección del departamento o de una agencia.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	18.000	23.000	26.000
	Máx.	24.000	27.000	32.000

[Volver al índice](#)

RESPONSABLE DE ESTUDIOS DE MERCADO

DEPENDENCIA

En dependencia del Responsable de Marketing.

RESPONSABILIDADES

- Elaborar, definir e implementar, junto con el Responsable de Marketing o la Dirección General, la estrategia de análisis y de estudio de mercado de la compañía.
- Concebir y determinar los estudios cuantitativos y cualitativos a realizar.
- Determinar las variables a analizar.
- Selección, negociación, supervisión y seguimiento de los institutos de investigación de mercado y proveedores externos utilizados.
- Interpretación de los resultados realizados, detección de tendencias en el mercado y/o consumidor que permitan descubrir oportunidades de nicho de mercado a desarrollar.
- Elaborar análisis y modelos sobre la evolución del mercado, hábitos y gustos del target y tendencias de las categorías o productos de la compañía.
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad.
- Coordinación de su actividad con otros departamentos de la compañía.
- Cumplir con los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.
- Determinación, junto con el Responsable de Marketing, de la estrategia de Marketing Directo de la compañía.

PERFIL

- Experiencia mínima de 2 años en departamentos de investigación de mercados y/o business intelligence en compañías del sector gran consumo o prestigiosos institutos de investigación de mercado.
- Formación idealmente en Estadística o Matemáticas, valorándose estudios de postgrado en técnicas de investigación de mercados.
- Dominio de programas informáticos avanzados especializados (SPSS, Microstrategy, Datamining, Datawarehouse).

- Indispensable nivel de inglés alto, valorándose el conocimiento de otros idiomas.
- Alta capacidad analítica y predictiva, metódico y riguroso, orientado al resultado, elevada capacidad de liderazgo, flexible y estratégica.

REMUNERACIÓN EN EUROS

	Experiencia previa	0-3 años	3-6 años	+6 años
DIP. / LIC.	Mín.	24.000	26.000	30.000
	Máx.	27.000	30.000	36.000

[Volver al índice](#)

OFICINAS EN ESPAÑA:

MADRID

Paseo de la Castellana 60
28046 Madrid
Telf.: 91 131 81 81

BARCELONA

Ronda Sant Pere 5
08010 Barcelona
Telf.: 93 545 48 00

VALENCIA

Avda. Cortes Valencianas 39
46015 Valencia
Telf.: 96 045 22 00

SEVILLA

Paseo de las Delicias 1
41001 Sevilla
Telf.: 95 497 89 10

BILBAO

C/ Gran Vía 40
48009 Bilbao
Telf.: 94 425 05 90

Page Personnel

Asistentes & Secretarias • Banca • Comercial
Contabilidad & Finanzas • Healthcare • Ingenieros y Técnicos
Marketing • Administración de Ventas, Compras y Logística
Recursos Humanos Retail • Seguros • Tax & Legal
Servicios de Atención al Cliente • Tecnología
Digital & eCommerce

www.pagepersonnel.es