

Veículo: site Mundo do Marketing

Data: 04/06/2009

Link: <http://www.mundodomarketing.com.br/16,9840,remuneracao-e-novas-exigencias-no-marketing.htm>

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the website 'Mundo do Marketing'. The address bar shows the URL: <http://www.mundodomarketing.com.br/16,9840,remuneracao-e-novas-exigencias-no-marketing.htm>. The page title is 'Remuneração e novas exigências no Marketing'. The article is written by Thiago Terra and is dated 04/06/2009. The article text is as follows:

Remuneração e novas exigências no Marketing
Por Thiago Terra, do Mundo do Marketing
thiago@mundodomarketing.com.br

O Seminário Marketing 360° Rio de Janeiro começa explorando as novas exigências dos profissionais de Marketing e aprofunda uma pesquisa feita pela Page Personnel, empresa especializada em suporte à gestão, sobre a remuneração dos profissionais de Marketing.

Com variação entre R\$ 2 mil e R\$ 5 mil por mês, o panorama do primeiro trimestre de 2008 e 2009 mostra uma redução de 20% na contratação de executivos de alta e média gerência. Segundo o estudo apresentado por Rafael Vanselow, Gerente Executivo da Page Personnel, o Rio de Janeiro e as regiões Norte e Nordeste responderam por 12% das contratações feitas nos primeiros 3 meses de 2009.

Se a pesquisa aponta para queda na contratação de profissionais de Marketing por empresas de bens de consumo em 2009, o crescimento acontece na contratação de executivos de Vendas & Marketing. Em 2008 já houve um crescimento de 15%, este ano o aumento chegou a 20%, diz Vanselow.

Apesar da remuneração não ser em média muito alta, estes executivos conhecem os riscos de uma mudança de emprego e, por isso, a remuneração é a primeira exigência. "O profissional que muda de empresa sabe dos riscos e por isso eles pedem um salário maior que o atual", aponta Vanselow. De acordo com ele, o porte da empresa influencia a remuneração, mas isto não é uma regra. Apesar do critério, a pesquisa feita pela Page Personnel não apresentou variação mesmo com a crise mundial.

Mais Marketing com o mesmo
As novas exigências dos profissionais de Marketing foi o tema da palestra do português António Nunes da Silva, Coordenador de Desenvolvimento de Negócio Multicanal Bancário no Crédito Agrícola. Segundo o executivo, o Marketing ainda é o primo pobre das organizações e em tempos de turbulência não se pode esperar que ele desapareça em curto prazo. "Os profissionais de Marketing terão que mudar a mentalidade e permanecerem em alerta máximo para darem resposta rápida enquanto a incerteza e o caos dominarem", afirma.

Em momentos de retração e cortes de investimentos, o desafio dos profissionais é criar alternativas e formas de fazer Marketing sem usar o tradicional. "As empresas percebem que a crise é um momento de conjuntura desfavorável e que é nesta hora que se percebe a diferença entre executivos empreendedores ou avessos ao risco", explica o Coordenador de Desenvolvimento de Negócio Multicanal Bancário no Crédito Agrícola.

Para se diferenciar sem contar com grandes investimentos: "É possível fazer mais com o mesmo", segundo Silva.

Remuneração e novas exigências no Marketing

Por Thiago Terra, do Mundo do Marketing

thiago@mundodomarketing.com.br

O Seminário Marketing 360° Rio de Janeiro começa explorando as novas exigências dos profissionais de Marketing e aprofunda uma pesquisa feita pela Page Personnel, empresa especializada em suporte à gestão, sobre a remuneração dos profissionais de Marketing. Com variação entre R\$ 2 mil e R\$ 6 mil por mês, o panorama do primeiro trimestre de 2008 e 2009 mostra uma redução de 20% na contratação de executivos de alta e média gerência. Segundo o estudo apresentado por Rafael Vanselow, Gerente Executivo da Page Personnel, o Rio de Janeiro e as regiões Norte e Nordeste respondem por 12% das contratações feitas nos primeiros 3 meses de 2009.

Se a pesquisa aponta para queda na contratação de profissionais de Marketing por empresas de bens de consumo em 2009, o crescimento acontece na contratação de executivos de Vendas & Marketing. “Em 2008 já houve um crescimento de 15%, este ano o aumento chegou a 20%”, diz Vanselow.

Apesar da remuneração não ser em média muito alta, estes executivos conhecem os riscos de uma mudança de emprego e, por isso, a remuneração é a primeira exigência. “O profissional que muda de empresa sabe dos riscos e por isso eles pedem um salário maior que o atual”, aponta Vanselow. De acordo com ele, o porte da empresa influencia a remuneração, mas isto não é uma regra. Apesar da crise, a pesquisa feita pela Page Personnel não apresentou variação mesmo com a crise mundial. Mais Marketing com o mesmo

As novas exigências dos profissionais de Marketing foi o tema da palestra do português Antônio Nunes da Silva, Coordenador de Desenvolvimento de Negócio Multicanal Bancário no Crédito Agrícola. Segundo o executivo, o Marketing ainda é o primo pobre das organizações e em tempos de turbulência não se pode esperar que ela desapareça em curto prazo. “Os profissionais de Marketing terão que mudar a mentalidade e permanecerem em alerta máximo para darem resposta rápida enquanto a incerteza e o caos dominarem”, afirma.

Em momentos de retração e cortes de investimentos, o desafio dos profissionais é criar alternativas e formas de fazer Marketing sem usar o tradicional. “As empresas percebem que a crise é um momento de conjunturas desfavoráveis e que é nesta hora que se percebe a diferença entre executivos empreendedores ou avessos ao risco”, explica o Coordenador de Desenvolvimento de Negócio Multicanal Bancário no Crédito Agrícola.

Para se diferenciar sem contar com grandes investimentos “É possível fazer mais com o mesmo”, segundo Silva. Contando com a crise, as empresas se motivam a retrainem seus investimentos. “Neste momento os profissionais de Marketing têm a oportunidade para identificar novas oportunidades de negócio e dinamizar o interior das suas organizações, ou seja, o Intraempreendedorismo”, conta.

Prova de que o ativo humano é mais importante do que o capital financeiro é que ao antecipar uma tendência, o profissional sai na frente de toda a concorrência. “Por isso lutamos por mais credibilidade na função de Marketing. Estamos passando por isso em Portugal e sabemos que não são todas as pessoas que podem estar nesta área”, completa Antônio Nunes da Silva (foto).