

Veículo: site Mundo do Marketing

Data: 19/05/2009

Link: <http://www.mundodomarketing.com.br/,9436,mercado-exige-profissionais-multidisciplinares.htm>

The screenshot shows a web browser window displaying the website 'Mundo do Marketing'. The browser's address bar shows the URL: <http://www.mundodomarketing.com.br/,9436,mercado-exige-profissionais-multidisciplinares.htm>. The website header includes the logo for 'Mundo do Marketing', a search bar, and navigation links such as 'Capa', 'Canais', 'Editorias', 'Ferramentas', and 'Site'. A main navigation menu lists various topics like 'Cases', 'Artigos', 'Agência', 'BlogNews', 'Blogs', 'Entrevistas', 'Editorial', and 'Fórum'. The article title is 'Mercado exige profissionais multidisciplinares' by Guilherme Neto. The article text discusses the need for multidisciplinary marketing professionals in a competitive market. On the right side, there are sections for 'Blogs' featuring Delyse Braun and Edson Zogbi, and a 'Fórum' section. The browser's taskbar at the bottom shows the Windows Start button and several open applications, including Microsoft Outlook and Microsoft PowerPoint.

Mercado exige profissionais multidisciplinares Por Guilherme Neto, do Mundo do Marketing

guilherme@mundodomarketing.com.br

O profissional de marketing hoje em dia necessita ser cada vez mais multidisciplinar e acompanhar tendências não apenas no segmento em que atua, o que inclui observar a concorrência, mas também em outros mercados. Além disso, precisa enfrentar os efeitos da crise, como o corte na verba de Marketing, e saber lidar com pressão de fazer mais com menos, incluindo atuação em novas mídias. Essas são algumas das afirmações de profissionais do setor ouvidos pelo Mundo do Marketing.

“Antes se falava em quatro P’s, hoje os P’s são infinitos, não tem limite. O profissional tem que ser dinâmico, informado, observar o que acontece aqui dentro, lá fora e trazer coisas novas. Marketing bom é aquele que traz resultado”, conta Célio Ashcar, sócio-diretor da Mix Brand Experience e vencedor na categoria Profissional de Marketing Promocional do Ano entregue no 26º Prêmio Promoção Brasil.

O executivo credita a homenagem a uma estratégia de comunicação que não segue rótulos pré-definidos. Para ele, é isso que o mercado está demandando: soluções ágeis, novas e diferenciadas para poder atrair o consumidor. Para isso, é necessário um profissional de Marketing que entenda de tudo um pouco.

Marketing Promocional e Digital são áreas promissoras

O Marketing Promocional é a área vista como uma das mais promissoras atualmente. Com o consumidor cada vez mais questionador, ser transparente no momento da compra e promovê-la quase como uma experiência de valor que os ligue emocionalmente à marca está em alta entre os departamentos de Marketing.

“Mídias tradicionais, como a TV, já não se sustentam mais sozinhas. É preciso uma ação integrada”, diz o sócio-diretor da Mix Brand Experience. **“A utilização de mídias diferentes [é a atual tendência]. Já temos empresas pedindo profissionais que tenham experiência em Mobile Marketing. A posição de gerente de web é outra que percebemos que tem aumentado bastante a demanda”, completa Rafael Vanselow, gerente-executivo da Page Personnel, em entrevista ao Mundo do Marketing.**

Efeitos da crise no Marketing

A crise, no entanto, vem afetando bastante a área de Marketing, segundo Vanselow, com empresas cortando a verba ao mesmo tempo em que precisam fazer mais com menos. O atual contexto reforçou tendências que já vinham acontecendo: antes um diferencial importante, o MBA em Marketing já é tratado por algumas empresas como uma qualidade básica. O que hoje em dia são diferenciais importantes são cursos abordando outras áreas, principalmente financeira, ou uma experiência ou formação no exterior.

Apesar de acreditar na importância da formação acadêmica, Célio Ashcar, da Mix Brand Experience, acha que a exigência por uma experiência multidisciplinar abriria espaço até para bons profissionais sem diploma na área. “Há muitos bons profissionais desse tipo. Trabalho com um sócio formado em Engenharia Mecânica que é um dos melhores quando o assunto é ferramenta de novas mídias”, diz, referindo-se ao executivo Marco Scabia, também da Mix.

Salários manterão estagnados ou cairão

Um efeito imediato da crise já acontece no bolso dos profissionais. Segundo um guia salarial que a Page Personnel apresentará durante o Seminário Marketing 360°, há muitos bons profissionais que ainda não estão empregados, o que acaba baixando a média salarial da categoria. “Muitos executivos estão aceitando como salário o mesmo valor que recebiam antes ou até um pouco menos. Para quem está empregado, não pode diminuir [N.R. a lei brasileira impede isso], como acontece em alguns países estrangeiros: lá, ou você aceita, ou ta fora”, explica o gerente-executivo da Page Personnel.

O professor Antônio Nunes, Doutorando em Gestão na Universidade de Évora, em Portugal, que abordará os efeitos da crise sobre a atividade profissional no Seminário Marketing 360°, não vê o atual contexto econômico afetando imediatamente o trabalho de Marketing, mas acredita que os indicativos de países como Estados Unidos e Japão obrigam o executivo a se preparar contra emergências. Quanto a questão salarial “É provável que no geral não aumente, nem diminua, a não ser as bonificações para o alto escalão”, diz ao site.

Buscando experiências diferentes

Para os novos profissionais, a recomendação do executivo da Page Personnel é almejar cargos em grandes empresas que ofereçam treinamento para novos profissionais. “Empresas de bens de consumo são formadoras de bons profissionais, mesmo porque investem grandes volumes em Marketing ”diz Vanselow.

Mesmo entre aqueles que optam por seguir sua carreira em uma mesma empresa, é possível adquirir experiências diferentes, atuando em áreas diversas de uma mesma companhia ou com novos produtos. “O profissional pode estudar, participar de seminários, acompanhar a concorrência, analisar o mercado, a categoria em que atua, buscar inspirações no Marketing em outros países”, aconselha Ashcar.

O sócio-diretor da Mix Brand Comunicação finaliza fazendo uma comparação com o famoso jogo de tabuleiro War, distribuído no Brasil pela Grow: “Você sempre tem que conquistar um novo território, onde os territórios são as ferramentas. Se ficar parado em algum terreno achando que está em um porto seguro, ou alguém tomará o seu espaço ou você ficará parado, enquanto o mundo gira e avança a sua volta”, analisa.

Rafael Vanselow, gerente-executivo da Page Personnel, e Antônio Nunes, Doutorando em Gestão na Universidade de Évora, em Portugal, debatem o assunto durante no Seminário Marketing 360°, com data marcada para os dias 4 e 5 de junho no Windsor Barra Hotel, no Rio de Janeiro. Esta é a quinta edição do seminário realizado pelo Mundo do Marketing, que conta o patrocínio da TNS InterScience.

[Mais informações aqui.](#)

Mundo do Marketing: Publicado em 05/05/2009