

Perfis de marketing digital no topo das prioridades

“O avanço tecnológico, a crise sanitária, o momento económico instável, contribuíram para acelerar a mudança de comportamento e conduziram a novas realidades. Um mundo híbrido, a necessidade de pertencer a algo e a saturação de conteúdo são alguns exemplos. O marketing e a comunicação adaptam-se encontrando formas de passar uma mensagem mais direcionada, personalizada e limpa. Os consumidores estão a optar, cada vez mais, por pagar conteúdos de qualidade e sem publicidade”. O enquadramento é feito por Sofia Montalvo, senior associate manager da Michael Page, empresa que recentemente apresentou as tendências do mercado de trabalho para 2023.

Entre as conclusões, o estudo refere que, “no conjunto de setores, é perceptível o aumento da digitalização dos negócios, a mobilidade, novos métodos de trabalho, novas funções e a corrida por talentos”. Sofia Montalvo acrescenta: “Assiste-se também a uma maior aproximação das marcas ao consumidor, com o aumento de canais de comunicação, como WhatsApp (81 por cento), Instagram (66 por cento), Facebook Messenger (52 por cento)”.

“O metaverso - a união dos mundos on e offline, um mundo híbrido que potencializa as experiências - vem entrando nas estratégias das marcas de forma progressiva e mais acelerada desde o início da pandemia. É um mercado em fase de experimen-

tação e que está a obrigar as marcas a repensar toda a sua abordagem perante os clientes, uma vez que oferece enormes vantagens e inovação no consumo, nomeadamente potencia a experimentação de produtos, eventos imersivos, maior interação e retenção dos consumidores e potencia o desenvolvimento de produtos/ativos digitais”, refere.

Cenário que vem contribuir para as tendências identificadas por Andreia Rocha para este ano. Segundo a diretora geral da MKTalent, o mercado de trabalho nas áreas do marketing e comunicação “vai continuar ao rubro, especialmente no marketing digital. Profissionais que trabalham com vídeo serão cada vez mais solicitados. No entanto, as funções tendem a ser cada vez mais estratégicas e menos técnicas/operacionais, até pelo avanço da inteligência artificial nesta área”.

Isabel Ferreira, manager da área de life sciences & FMCG da Randstad Portugal, recorda que, com a pandemia, “o processo de venda e contacto com o consumidor tornou-se mais digital, em determinado momento, a 100 por cento. Nesse sentido, o investimento tornou-se crítico nestas duas áreas. Marketing e comunicação tornaram-se áreas cruciais para o desenvolvimento de negócio, nomeadamente pela mudança de modelos de consumo e ainda pelo maior conhecimento por parte dos consumidores. Durante o ano de 2022, assistiu-se a um claro investimento nestas áreas, que se tornam complementares e espera-se que a tendência se mantenha, até pela própria exigência do mercado”.

Patrícia Machado, senior consultant na Hays, refere que “o setor viveu um ano positivo, no qual se destaca a procura pela especialização e também pela criação de equipas internas de marketing”. Nesta área, indica, “as empresas mantêm o



ANDREIA ROCHA
MKTalent



ISABEL FERREIRA
Randstad



PATRÍCIA MACHADO
Hays

O digital veio para ficar. Nos negócios e nas competências pretendidas na hora de recrutar profissionais de marketing e comunicação. O M&P ouviu quatro responsáveis de empresas de recrutamento sobre as perspetivas de evolução do mercado de trabalho nestas áreas em 2023

investimento em perfis diferenciados, com um carácter analítico, que se tornam numa mais-valia perante a concorrência. Esta tendência é mais vincada nas grandes empresas, que apostam na especialização das equipas, reduzindo o recurso a agências digitais”. Ainda nesta linha, prossegue, “o crescimento e o investimento em marketplaces têm levado à contratação de perfis digitais com competências também comerciais”. Já no caso das pequenas e médias empresas, conclui, “a procura centra-se em perfis generalistas, ou seja, em profissionais mais polyvalentes e com capacidade para dar resposta a várias necessidades de marketing. No entanto, estes perfis são cada vez mais escassos no mercado”.

OS PERFIS MAIS PROCURADOS

Entre os perfis mais procurados este ano, Patrícia Machado refere o de brand manager, o que revela, na sua opinião, “a aposta na promoção e no desenvolvimento de produto, tendo por base as tendências do mercado. Por outro lado, destacam-se os perfis de SEO manager, com o objetivo de melhorar a qualidade e a quantidade do tráfego nos meios digitais, e de revenue growth manager. Neste

último caso, trata-se de uma função capaz de aliar as competências analíticas à gestão de produto, com o intuito de aumentar os lucros corporativos”.

Andreia Rocha acrescenta a procura por “copywriters e gestores de campanhas de publicidade online, quer em Google Ads, quer nas plataformas Meta - Facebook e Instagram. Prevê-se, pois, uma grande aposta também nos especialistas multimédia com foco na produção e edição de vídeo”.

Para Sofia Montalvo, além de SEO manager e social media manager, as funções mais procuradas serão as de “marketing manager, head of digital, responsável de comunicação, performance e data & insights manager”.

Isabel Ferreira concorda que as “áreas funcionais relativas ao digital e e-commerce claramente estão a ser cada vez mais procuradas por parte das empresas. Embora o ponto de venda físico ainda represente uma parte significativa das transações, cada vez mais os consumidores estão atentos à loja online. Neste contexto, perfis de negócio ligados à vertente digital têm surgido cada vez mais no mercado, nomeadamente com a criação de novas funções”. “O marketing digital, gestão de e-commerce, business development e social media são áreas no radar das empresas”, assegura, explicando que “a procura deste tipo de experiência e competências tem influenciado a mudança de setores por parte dos profissionais”. Um exemplo? “A indústria farmacêutica tem criado novas funções ou transformado as suas equipas comerciais com competências relacionadas com o mundo digital.” Além disso, acrescenta, “a função de key account manager de e-commerce tem sido uma função requisitada” e “as funções de business ou data analyst têm uma procura significativa por parte de todos os setores de atividade, que podem criar novas funções, muitas vezes relacionadas com IT e engenharia”.

VERSATILIDADE NO TRABALHO

Funções específicas à parte, Andreia Rocha, diretora geral da MKTalent, considera que, de modo geral, “as empresas procuram, cada vez mais, perfis autónomos, auto-didatas e proativos. O mundo digital viaja a grande velocidade e as empresas precisam de pessoas que já tragam ‘bagagem’ de conhecimento e experiência e que sejam capazes de implementar de imediato. Por essa mesma razão, as empresas olham

MÉDIAS SALARIAIS NOS PERFIS DE MARKETING

Função	Experiência	Lisboa			Porto		
		Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média	Máximo
Assistente de Marketing	0-5 anos	13,600 €	17,100 €	21,300 €	13,600 €	17,100 €	21,300 €
Técnico de Marketing	0-5 anos	17,000 €	20,000 €	23,000 €	16,500 €	20,500 €	24,000 €
	5-10 anos	23,000 €	26,000 €	29,000 €	24,000 €	26,000 €	29,000 €
Responsável de Marketing	0-5 anos	29,000 €	33,000 €	40,000 €	24,500 €	28,000 €	32,000 €
	5-10 anos	43,000 €	50,000 €	57,000 €	32,000 €	36,000 €	51,500 €
Director de Marketing	0-5 anos	51,000 €	62,000 €	72,000 €	48,500 €	58,000 €	63,000 €
Director de Comunicação	0-5 anos	56,000 €	72,000 €	89,000 €	52,500 €	66,000 €	90,000 €
Digital/Web Marketing Specialist	0-5 anos	23,000 €	26,000 €	32,000 €	25,000 €	28,000 €	32,000 €
Responsável de Marketing Digital	0-5 anos	29,000 €	32,000 €	36,000 €	29,500 €	33,000 €	38,000 €
	5-10 anos	36,000 €	43,000 €	58,000 €	38,000 €	44,000 €	59,000 €
Responsável de Comunicação	0-5 anos	32,000 €	39,000 €	46,000 €	31,500 €	37,000 €	42,000 €
Designer de Comunicação	0-5 anos	17,000 €	22,000 €	30,000 €	16,000 €	21,500 €	29,000 €
Técnico CRM	0-5 anos	29,000 €	31,000 €	36,000 €	29,000 €	31,000 €	36,000 €
Public Relations Manager	0-5 anos	32,000 €	35,000 €	37,000 €	30,800 €	34,200 €	36,500 €

Fonte: Hays

para os profissionais que estão no mercado e que buscam sempre mais formação”.

Já Isabel Ferreira enfatiza que, “mais do que a experiência em funções similares, no momento de recrutar as empresas procuram competências digitais e analíticas”. Por outro lado, “profissionais com experiência em gestão de projeto são muito valorizados. As multinacionais têm transformado as suas estruturas em Portugal para um modelo matricial, no qual há um reporte internacional e contacto com diferentes interlocutores. Profissionais com experiência nesse contexto multidisciplinar e gestão de equipas não hierárquicas são cada vez mais considerados como competitivos no mercado”. “Em linha estão igualmente as empresas portuguesas, que procuram este tipo de experiência pela versatilidade e forte capacidade de adaptação, que dão oportunidade a uma visão transversal do negócio”, refere, apontando ser possível “identificar que as empresas procuram competências técnicas, muitas vezes pela falta de know-how interno, mas também a parte comportamental, procurando profissionais com forte capacidade de se adaptarem às transformações do mercado”.

MÉDIAS SALARIAIS NOS PERFIS DE MARKETING

Funções Marketing e Comunicação

	LISBOA			PORTO		
	Mínimo	Máximo	%	Mínimo	Máximo	%
Director de Marketing	45.000 €	85.000 €	≤ 20%	48.000 €	73.000 €	≤ 20%
Director de Comunicação	50.000 €	72.000 €	≤ 20%	35.000 €	67.200 €	≤ 20%
Gestor de Comunicação	28.000 €	40.000 €	≤ 10%	26.000 €	47.000 €	≤ 20%
Gestor de Marketing	30.000 €	42.000 €	7-10%	26.000 €	40.000 €	≤ 10%
Marketing / Communication Assistant	21.000 €	26.000 €	≤ 7%	21.000 €	28.000 €	≤ 10%
Digital Marketing Director/ Head of Digital	45.000 €	75.000 €	10-20%	45.000 €	60.000 €	10-20%
Director E-Commerce	55.000 €	110.000 €	10-20%	40.000 €	68.600 €	20-30%
Digital Marketing Specialist (jr)	21.000 €	28.000 €	≤ 13%	25.200 €	28.000 €	10-20%
Campaign Manager / Performance Manager	21.000 €	45.000 €	≤ 13%	21.000 €	45.000 €	≤ 15%
Content Specialist	21.000 €	30.000 €	≤ 13%	25.200 €	35.000 €	≤ 15%
CRM Manager / Marketing Segmentation / BI	32.000 €	45.000 €	≤ 13%	32.000 €	45.000 €	≤ 15%

Fonte: Michael Page

OPINIÕES DIVIDEM-SE SOBRE EVOLUÇÃO SALARIAL

No que se refere à evolução das remunerações em 2023, Sofia Montalvo considera que “posições com uma forte componente tecnológica são as mais valorizadas”, sendo que “um profissional de marketing que domine a visão e a estratégia para acelerar o posicionamento e o retorno dos negócios, que saiba o que do ponto de vista tecnológico é necessário ter in house e que, simultaneamente, saiba executá-la ou ensiná-la a quem a execute, consegue facilmente chegar a salários entre os 60 a 80 mil euros”.

A senior associate manager da Michael Page prevê que “os salários em geral sofram uma valorização entre dois e quatro por cento, sendo que em setores mais dinâmicos este aumento já está a superar este intervalo. A componente variável continua a assumir bastante preponderância, chegando a representar entre 24 e 35 por cento em algumas funções, procurando sustentar o engagement das equipas e incentivar o extra mile pretendido”. Isabel Ferreira concorda: “Dependendo da experiência e competências necessárias, os salários apresentam uma tendência de incremento na componente fixa, mas também na variável”.

Patrícia Machado, por sua vez, salienta que “o aumento da concorrência tem exigido que as empresas disponham de profissionais capacitados para as colocarem no top of mind dos consumidores, sendo os meios digitais um suporte para atingir esses objetivos. Ainda assim, as previsões indicam que os pacotes salariais terão aumentos residuais”. Andreia Rocha também não se mostra muito otimista. A incerteza atual leva a crer que “o aumento de salários acentuado, que vínhamos a sentir, talvez venha a ter uma desaceleração, dadas as perspetivas do contexto económico em que vivemos e com o aumento do desemprego, de forma geral. O aumento, per si, pode não compensar a perda de poder de compra devido à inflação”.

Uma tendência em que as responsáveis ouvidas pelo M&P parecem estar de acordo tem a ver com o regime remoto ou híbrido, cada vez mais adotado pelas empresas e que, segundo Sofia Montalvo, “é algo que 86 por cento dos candidatos valoriza terminantemente, pois permite fazer uma simbiose quase que perfeita entre trabalho e vida pessoal, para além de permitir economizar tempo e gastos”. **M&P**