

# Исследование функционала и доходов сотрудников рекламных агентств 2024 (ЗП24)

## Краткий обзор

Десятая волна

Аналитический Центр АКАР / АРИР / РАМУ / ГИПП

Ноябрь 2024 Москва

# Аналитический Центр благодарит участников проекта:

**АКАР**  
АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ

**RECENT**  
research center 

BBDO, Contrapunto, Group4Media (Content+, Group4M, Mediamaker, Mediaminded, Mediasystem), IPG (McCann, MullenLowe), Action, Adwise, Agenda Media Group, BAR creative agency, CREON, DIDENOK TEAM, Dotorg, Goose Gaming, MGCom, MainTargetGroup, Maslov Agency, Media Instinct Group, NMI, Orandge, Seven, Streamers Alliance, TVIN, VMLY&R (ex-Geometry), Восход, КРОС, ЛОГОС, Weborama, Р.И.М., Сбермаркетинг, ТУТКОВБУДКОВ, Progression group (Brandnew, Progression, Provse, Seven), RoRe Group (RORE | LION, RORE | ИНАЧЕ, RORE | TONIC, RORE | Graphit, RORE | STARTEAM, RORE | ROIMEDIA и RORE | DARR), SERVICEPLAN GROUP, SkyAlliance, АДВ (Arena, Havas Media, Initiative, UM, АДВ) и других.

# Ключевые изменения и тенденции на рынке труда рекламных агентств в 2024 году

## Рост разнообразия ролей и изменений в структуре агентств

- В 2024 году продолжается рост количества должностей во всех сегментах, особенно заметен в Digital Media и Back Office, где добавлены новые позиции и группы, включая Social Media, Operations и E-commerce.
- Локальные агентства фокусируются на линейных ролях и привлекают молодых специалистов, в то время как экс-сетевые агентства предлагают более высокие зарплаты для опытных сотрудников.

# Ключевые изменения и тенденции на рынке труда рекламных агентств в 2024 году

## Конкуренция за кадры и кадровый голод

- Исследование подтверждает дефицит кадров и растущую конкуренцию за квалифицированных специалистов, особенно в стратегических и креативных сегментах.
- Зарплаты показывают рост, особенно на начальных уровнях (Junior), что связано с инфляционными ожиданиями и повышением спроса на квалифицированных сотрудников.

# Ключевые изменения и тенденции на рынке труда рекламных агентств в 2024 году

## Трансформация функций и новых компетенций

- Агентства расширяют функционал сотрудников и вводят универсальные роли для повышения гибкости. Часто роли объединяют задачи, связанные с креативом, аналитикой и цифровыми технологиями, что отражает адаптацию к современным требованиям рынка.

# Экспертное мнение. Сегмент Media

Наталья Тагирова  
HR Director  
Group4Media

Исследование уровня заработных плат сотрудников рекламных агентств в этом году вновь становится важной лакмусовой бумагой для понимания настроений на рынке медиаиндустрии.

Рынок становится всё более разнообразным, появляются новые роли, при этом количество позиций в локальных и ex-сетевых агентствах заметно отличается (40 должностей для анализа в локальных агентствах против 77 в ex-сетевых). Более того, индустрия испытывает серьёзный кадровый голод, и конкуренция за профессионалов усиливается.

# Экспертное мнение. Сегмент Media

Наталья Тагирова

HR Director

Group4Media

Что интересного показало исследование в этом году: роли уровня Group Head и Junior в планировании и баинге оплачиваются выше в локальных агентствах, тогда как роли уровня Senior Planner/Buyer и Planner/Buyer — в сетевых агентствах. Разница в оплате варьируется от 5 до 20%. Возможно, это связано с тем, что в сетевых агентствах появляется всё больше задач для рядовых сотрудников, конкуренция за которых особенно высока в текущий момент. В то же время для локальных агентств характерен фокус на усилении линейных руководителей и привлечении молодых специалистов. Какой из этих подходов окажется наиболее результативным, покажут результаты следующего года.

Исследование по-прежнему остаётся основой для принятия управленческих решений в медийной индустрии и отражает текущие тренды в оплате труда.

# Экспертное мнение. Сегмент Digital Media

Никита Прибыловский

CEO

SA Media (входит в SA Media Group)

По самым распространённым позициям — Middle, Senior и Group Head — во всех категориях, связанных с планированием и закупкой, наблюдается заметное преимущество ex-сетевых агентств по уровню зарплат. Однако, если посмотреть на количество сотрудников на этих позициях, можно предположить, что это связано не только с щедростью бывших сетевых агентств, но и с высокой концентрацией очень опытных специалистов в подобных компаниях.

В локальных агентствах соотношение количества сотрудников на более высоких позициях (Group Head и Senior) к подчинённым (Middle и Junior) сейчас выглядит стандартным для конца 2010-х годов.



# Экспертное мнение. Сегмент Digital Media

Никита Прибыловский

CEO

SA Media (входит в SA Media Group)

В сетевых агентствах старших сотрудников больше, и они, вероятно, дольше остаются на этих позициях из-за отсутствия возможностей карьерного роста. Тем не менее, их зарплаты продолжают расти. Такая ситуация создаёт риски потери ценных и опытных специалистов, но, к счастью, эта проблема частично решается за счёт развития новых направлений в ex-сетевых агентствах — E-commerce, Retail, а также расширением департаментов Research и Data.

В итоге потенциальная проблема для ex-сетевых агентств начинает превращаться в их преимущество. Локальным агентствам важно не упускать этот момент и рассматривать возможность расширения горизонтов, чтобы в дальнейшем не оказаться в роли отстающих.

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

Кирилл Диденок

Диджитал продюсер,

Основатель и Генеральный директор коммуникационного агентства DIDENOK TEAM

Аналитика зарплат АКАР — это полезный и всегда актуальный инструмент, который помогает на конкретных примерах отслеживать изменения и тренды в области работы и мотивации персонала на рекламном рынке.

Результаты исследования в этом году наглядно иллюстрируют тенденцию к всестороннему переходу от «рынка работодателя» к «рынку соискателя».

Общий рост зарплат, ощутимая индексация доходов младших специалистов, появление новых выделенных функций, расширение компенсационного пакета — всё это свидетельствует о высокой конкуренции за кадры и заинтересованности компаний в удержании ценных сотрудников.

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

Кирилл Диденок

Диджитал продюсер,

Основатель и Генеральный директор коммуникационного агентства DIDENOK TEAM

Отдельного внимания заслуживает удобное разделение результатов исследований на локальные и ex-сетевые агентства. Конкуренция и здесь становится всё более заметной: в целом, сильные локальные игроки уже могут и готовы соперничать с бывшими «сетевиками» по ряду позиций — очевидных преимуществ у последних становится меньше, чем прежде.

Результаты исследования держат всех игроков рынка в тонусе и способствуют гибкости и поиску новых инструментов мотивации, что, в свою очередь, развивает компетенции менеджмента в целом и HR-подразделений в частности.

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

Сергей Поляков  
СЕО  
ТУТКОВБУДКОВ

Полагаясь на исследование заработных плат сотрудников рекламных агентств 2024 года и наше видение рынка, можно выдвинуть несколько гипотез. По нашим наблюдениям, сейчас мы находимся в состоянии кризиса дефицита креативности, который возник на стыке реакции брендов на экономические кризисы, начиная с 2020 года, и адаптации агентств под запросы и видение клиентов. Свидетельствами этого кризиса для нас являются:

Значительная часть креативщиков, начиная с сеньорского грейда и выше, перешла на сторону корпораций (где больше стабильности) либо ушла в образовательные проекты или другие области. А поскольку креативность — главный атрибут бизнеса креативных агентств, её в целом стало меньше из-за различий в потенциале развития креативности в корпорациях и агентствах;

Минимальное количество (или отсутствие) брифов на «дисрапт-креатив», другими словами, на настоящую отстройку от конкурентов. Большинство брифов сосредоточено на POP-категориях.

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

Сергей Поляков  
СЕО  
ТУТКОВБУДКОВ

В тактических ATL и digital кампаниях креативность часто заменяется механиками. А так как механики не строятся на инсайтах или нарративах, они не могут обеспечить должное проникновение бренда в аудиторию.

Здесь динамика заработных плат как раз отражает нехватку опытных креативных профессионалов от сениорского грейда.

Еще одна гипотеза состоит в том, что сейчас и далее агентства, с большой вероятностью, будут усиливать свои HR-бренды для более легкого доступа к профессиональным креативщикам. А поскольку конкуренция за профессиональные кадры рождает новые подходы к найму и удержанию людей, акценты на ценности и культуру агентств, бонусные программы и систему нематериальной мотивации могут стать главными векторами развития агентств, особенно на фоне конкуренции со стороны крупных холдингов-экосистем. Здесь также может встать сторонний, но в дальнейшем важнейший вопрос селф-брендинга и продуктовой стратегии агентств.

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

Сергей Поляков  
СЕО  
ТУТКОВБУДКОВ

Кроме того, скорее всего, станет более актуальным “выращивание” собственных кадров как инвестиция в создание креативных команд.

В целом, как и в любое кризисное время, сейчас много опасностей и возможностей. Другими словами, мы все находимся на горизонте событий «черной дыры» изменений, которые в дальнейшем определяют весь креативный рынок страны. Желаю всем успешно преодолеть текущую сингулярность и встретиться на другой стороне неизвестности в здравии и благополучии.

# Экспертное мнение. Сегмент Digital Creative

Марина Макридина

Управляющий партнер по HR

Agenda media group

В этом году наше агентство впервые принимает участие в исследовании функционала и доходов сотрудников рекламных агентств. На мой взгляд, результаты подобных исследований могут предоставить много полезной информации для руководителей и HR-отделов рекламных агентств.

За последние четыре года отрасль и рынок рекламных агентств пережили несколько трансформационных периодов, в результате которых компании меняли структуру, продуктовую линейку, позиционирование, пайплайны и прочее. Безусловно, эти изменения затронули и работу с сотрудниками.

# Экспертное мнение. Сегмент Digital Creative

Марина Макридина

Управляющий партнер по HR

Agenda media group

В сегменте Digital Creative данные для исследования предоставили 29 рекламных агентств. На основе этих данных в сегмент было добавлено 18 новых позиций, причём большая часть из них относится к вертикалям Creative Work и Strategic Planning. В этих же вертикалях мы наблюдаем значительный рост зарплат, тогда как зарплаты в вертикалях Client Service и New Business остаются достаточно стабильными. На мой взгляд, такие результаты исследования свидетельствуют о том, что стратегия, креатив и контент — валюта рекламного рынка сегодня. Именно в этих направлениях конкурируют рекламные агентства, и именно эти компетенции сотрудников сейчас в цене.



# Экспертное мнение. Сегмент Digital Creative

Марина Макридина

Управляющий партнер по HR

Agenda media group

Среди новых позиций в данном сегменте также заметно существенное количество должностей, связанных с производством видео-контента. Здесь можно сделать вывод, что модель сотрудничества «рекламное агентство + видеопродакшн» постепенно изживает себя. Гораздо эффективнее иметь компетенции по производству контента внутри компании.

Третий вывод, который я бы сделала, связан с существенным ростом зарплат на позициях уровня «джун» и «специалист». На мой взгляд, здесь мы наблюдаем последствия кадрового голода в виде нехватки крепких профессиональных навыков на уровне исполнителей и конкуренции за лучших сотрудников посредством повышения зарплат.

# Экспертное мнение. Сегмент Marketing Services

Наталия Литвинова

Руководитель HR подразделения

АДВ Экспириенс

Исследование уровня заработных плат сотрудников рекламных агентств является важным инструментом для рекламных агентств. На его основе формируются внутренние зарплатные политики и рабочие рейткарты с клиентами. В исследовании участвуют как постоянные, так и новые участники, что добавляет актуальности полученным данным.

По результатам исследования уровня заработных плат сотрудников рекламных агентств в этом году можно сделать вывод, что сегмент MS продолжает изменяться — это видно как по введению новых должностей, так и по изменению заработных плат по сравнению с 2023 годом.

# Экспертное мнение. Сегмент Marketing Services

Наталия Литвинова

Руководитель HR подразделения

АДВ Экспириенс

При этом динамика по отдельным позициям разная: где-то наблюдается значительный рост, а где-то — падение. В условиях кадрового голода мы видим только рост заработных плат у соискателей, хотя квалифицированных специалистов катастрофически мало. Возможно, это связано с появлением новых локальных игроков на рынке, но важно учитывать также уровень компетенций и качество функционала каждого сотрудника при принятии решения о закрытии вакансии. Однако эти аспекты не отражены в исследовании, и причины такой динамики остаются не до конца ясными.

В целом, можно сказать, что отчёт будет полезен для внутреннего анализа и планирования изменений в 2025 году.

# Экспертное мнение. Сегмент Back-office

Ирина Черномырдина  
Административный директор  
News Media Holding

Проект, который формирует объективную оценку среднемесячного дохода в каждом сегменте рекламно-коммуникационной отрасли, в том числе в сегменте Back-office, проводится исследовательским центром АКАР.

По результатам исследования уровня заработных плат сотрудников текущего, 2024 года, можно сделать вывод, что сегмент Back-office показал колоссальную динамику в росте. Прирост новых позиций по сравнению с 2023 годом более чем в два раза, а именно на 81 позицию.

Важно отметить, что ключевой рост на 28 позиций отмечается в сегменте HR. Многие компании столкнулись с дефицитом кадров и поменяли свою стратегию найма на развитие и удержание персонала. Основное увеличение на 16 уровне, что говорит о большом спросе на «фрагментацию» функционала сотрудников и отделов на более узкие, а также увеличение скорости в решении нестандартных вопросов и задач.

# Содержание отчетов исследования функционала и доходов (ЗП 2024)

По каждой из должностей посчитаны следующие статистические показатели

Каждая из 7 презентаций (7 сегментов) содержит:

- Методологию и терминологию исследования
- Экспертное мнение
- Общее количество должностей 2023-2024
- Рост количества позиций по всем сегментам
- Тенденции сегмента
- Рост позиций по сегменту
- Должности и зарплаты по сегментам
- Динамика зарплат по должностям в сегменте за последние три года

## Среднее арифметическое

среднее арифметическое (сумма зарплат всех сотрудников на определенной должности, по которым были представлены данные, поделенная на количество таких сотрудников). Среднее само по себе не идеальный критерий оценки, так как сильно подвержено влиянию максимумов и минимумов. Однако при использовании вместе с медианой, служит контрольным параметром для понимания равномерности распределения значений зарплат по каждой должности на рынке

## Нижний дециль (D1)

это значение, которое делит ранжированную выборку на две части: 10% «нижних» единиц ряда имеют значение зарплат не больше, чем нижний дециль, а «верхние» 90% - значения зарплат не меньше, чем нижний дециль

## Нижний квартиль (Q1)

это граница, выше которой расположено 75% значений показателя заработной платы, а ниже – остальные 25%

## Медиана (M)

это значение, которое делит обследуемую совокупность на две равные группы; 50% платят больше, а 50% - меньше данной суммы

## Верхний квартиль (Q3)

это граница, выше которой расположено 25% значений показателей заработной платы, а ниже – остальные 75%

## Верхний дециль (D9)

граница, выше которой располагаются верхние 10% значений показателей заработной платы: 90% специалистов получают заработную плату ниже этого уровня, в то время как лишь 10% получают больше

# Методология исследования

**Метод:** экспертный опрос;

**Объем выборочной совокупности:** 66 агентств участвовали в исследовании (одно агентство могло принимать участие в любом количестве направлений);

**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, 10 волна (1-ая волна 2015 г.);

**Период проведения исследования:**

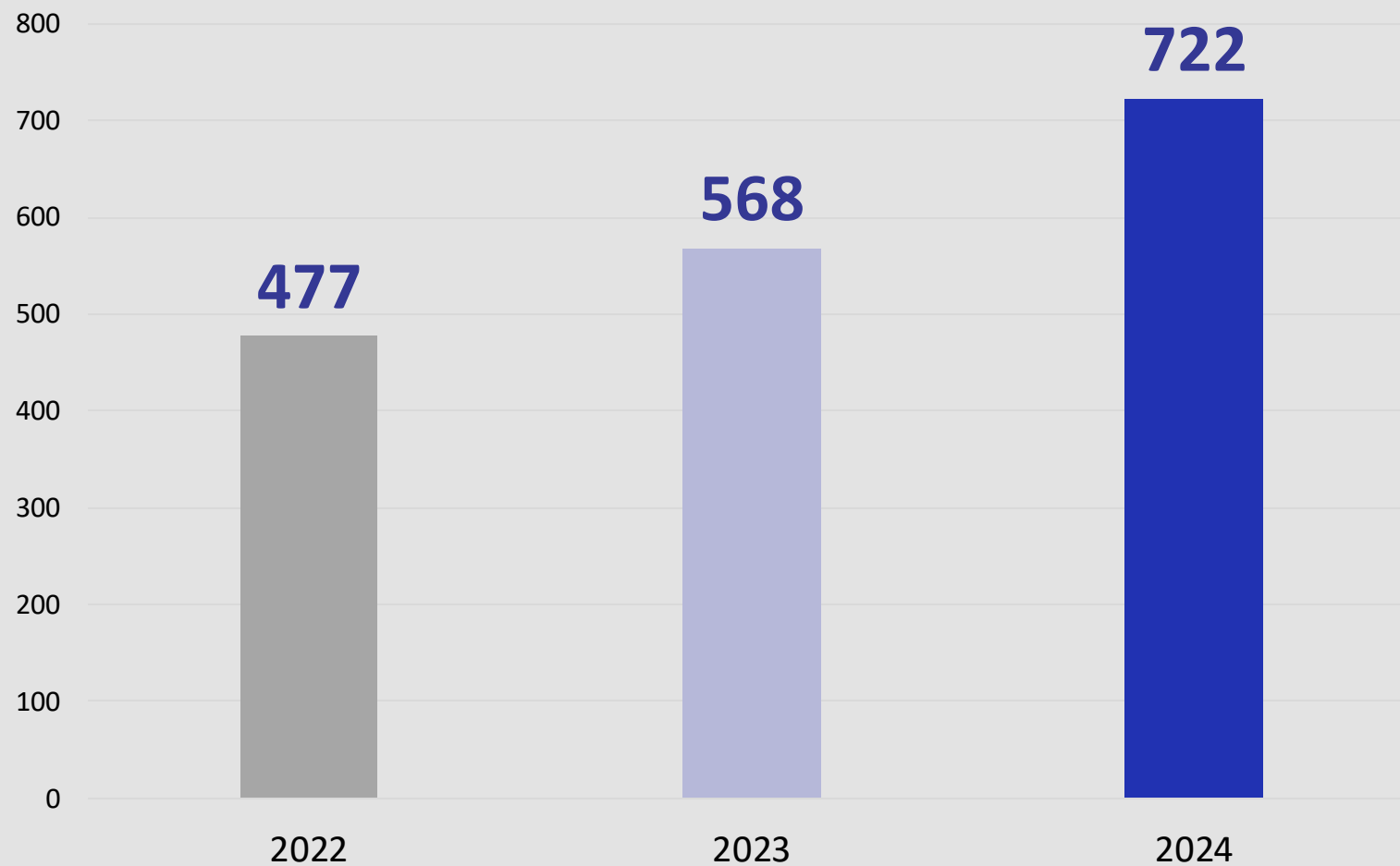
- Подготовительный этап – май-июнь 2024 г.
- Полевой этап – июнь-сентябрь 2024 г. (сбор данных),
- Анализ, обработка данных – сентябрь-октябрь 2024 г.
- Итоговый отчет в PPT – ноябрь 2024 г.

# Участники исследования 2024



\* одно агентство могло принимать участие в нескольких сегментах (от 1 до 7)

# Общее количество должностей 2022-2024



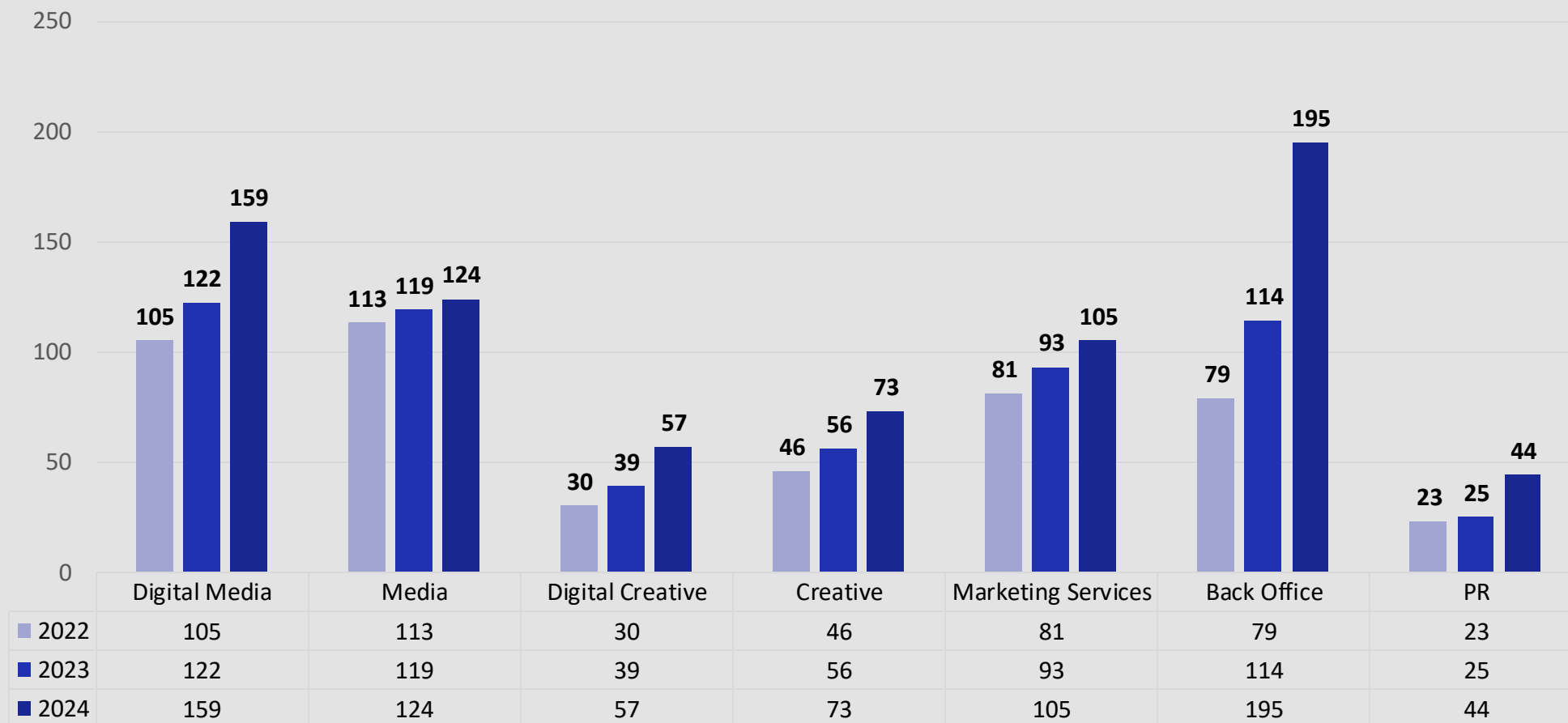
Подготовлено: Аналитический Центр АКАР / АРИР / РАМУ / ГИПП

Ноябрь 2024

Москва



# Рост количества позиций по всем сегментам 2022-2023



Подготовлено: Аналитический Центр АКАР / АРИР / РАМУ / ГИПП

Ноябрь 2024

Москва

**AKAP**

# Тенденции в сегменте Media 2020 – 2024

В 2024 году добавлены следующие должности:

- Econometrician Group Head
- Econometrician Lead
- Special Projects Director
- Deputy head of New Business
- Junior Special Projects Manager

# Тенденции в сегменте Media 2020 – 2023

В 2023 году в группах работ R/A (Research / Analyst) R/A (Econometricians) и SP (Strategic Planning) добавлены следующие должности:

- Media Analyst Assistant
- Head of Econometrician
- Head of Strategy
- Strategic Lead
- Senior Strategic Partner
- CI Manager

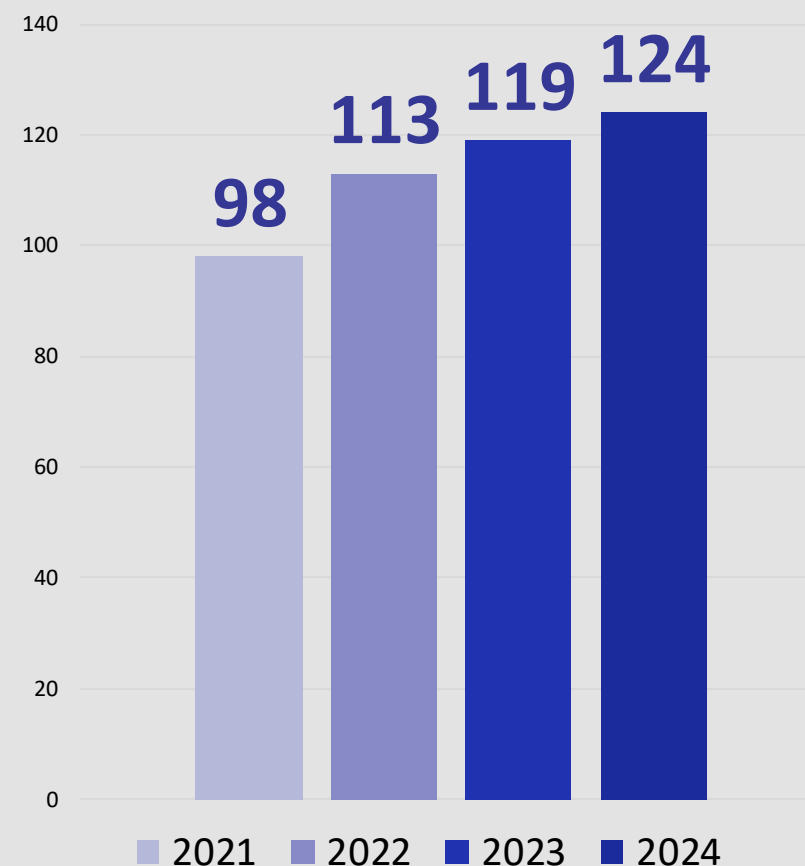
В 2024 году в группах работ R/A (Econometricians) S (Sponsorship) NB (New Business) добавлены следующие должности:

- Econometrician Group Head
- Econometrician Lead
- Special Projects Director
- Deputy head of New Business
- Junior Special Projects Manager

?

# Рост общего количества позиций в Media 2021-2024

- 2021 год: матрица без изменений = 0 позиций
- 2022 год: добавлены 15 позиций = 15 позиций
- 2023 год: добавлены 6 позиций = 6 позиций
- 2024 год: добавлены 5 позиций = 5 позиций
- Общее количество позиций в 2021г = **98**
- Общее количество позиций в 2022г = **113**
- Общее количество позиций в 2023г = **119**
- Общее количество позиций в 2024г = **124**



# Тенденции в сегменте Digital Media 2021 – 2024

В 2022 году добавлены две вертикали Innovations и R/A (Data specialists).

В группу работ Innovations добавлены позиции:

- Head of Innovations
- Product&Innovation Lead
- Digital Innovations Manager

В группу работ R/A (Data specialists) добавлены позиции:

- Data Director / Experience hub director
- Data Group Head
- Senior Data Manager
- Senior Data Scientist
- Data Manager
- Data Scientist
- Junior Data Manager

В 2023 году добавлена одна вертикаль CP (Content Partnership).

В группу работ Buying добавлена позиция:

- Deputy head of Buying Division (Digital)

В группу работ Special Projects добавлена позиция:

- Senior Social Media Group Head

# Тенденции в сегменте Digital Media 2021 – 2024

В группу работ Influencer marketing, bloggers добавлены позиции:

- Senior Influencer Marketing Manager
- Junior Influencer Marketing Manager
- Influencer Marketing Assistant

В группу работ E-commerce добавлена позиция:

- Assistant E-Commerce Practice

В группу работ Analyst/Research добавлены позиции:

- Senior Analyst
- E-Commerce & CRM Analyst
- Media Research Assistant
- Assistant Analyst

В группу работ Search/Context добавлены позиции:

- Head of precision department
- Senior Paid search & Paid social manager

# Тенденции в сегменте Digital Media 2021 – 2024

В группу работ Content Partnership добавлены позиции:

- Head of Content Partnership
- Content Partnership Group Head
- Senior Content Partnership Manager
- Content Partnership Manager

В группу работ New Business добавлена позиция:

- New Business Group Head

В 2024 году добавлены две вертикали R/T (Retail & Trade) и CS (Client Service).

В группу работ P (Planning) добавлены позиции:

- Deputy Digital Director
- Senior Digital Manager

В группу работ B (Buying) добавлена позиция:

- Deputy head of Buying Division (Digital)

В группу работ P&B (Planning & Buying) добавлена позиция:

- Account Group Head

В группу работ SP (Social Projects) добавлены позиции:

- Social Insights Manager
- Special Project Manager Assistant (Digital)

# Тенденции в сегменте Digital Media 2021 – 2024

В группу работ IM (Influencer marketing, bloggers) добавлены позиции:

- Head of Influence (Sport & Gaming Projects)
- Junior Content Partnership Manager

В группу работ E-commerce добавлены позиции:

- Senior E-commerce Projects Manager
- E-Commerce Analyst
- E-commerce Projects Manager
- Junior E-commerce Projects Manager

В группу работ A/R (Analyst/Research) добавлена позиция:

- Senior Media Researcher

В группу работ S (Strategy) добавлена позиция:

- Senior Digital Strategy planner

В группу работ I (Innovations) добавлены позиции:

- Digital Innovations Lead
- Digital Innovations Manager
- Data & Innovations Manager
- Innovation Manager



# Тенденции в сегменте Digital Media 2021 – 2024

В группу работ R/T (Retail & Trade) добавлены позиции:

- Senior Retail & Trade Manager
- Retail & Trade Manager
- Junior Retail & Trade Manager
- Retail & Trade Assistant

В группу работ S/C/T (Search/Context/Target) добавлены позиции:

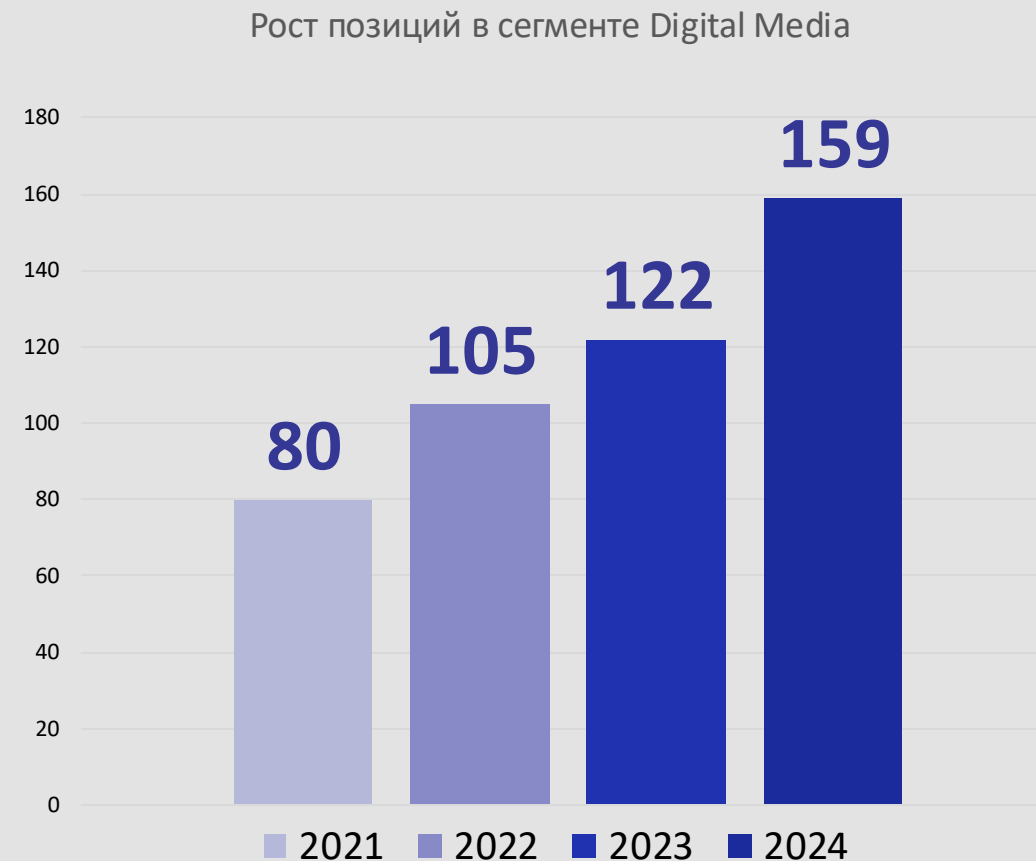
- Head of target
- Group Head Target
- Senior Target Manager
- Target Manager
- Junior Target Manager
- Target Assistant

В группу работ CS (Client Service) добавлены позиции:

- Client Service Director
- Account Director (Digital)
- Client Service Group Head
- Senior Account Manager / Senior Client Service Manager
- Account Manager / Client Service Manager
- Project Manager
- Junior Account Manager / Junior Client Service Manager
- Account Assistant

# Рост количества позиций в сегменте Digital Media

- 2021 год: матрица без изменений;
- 2022 год: добавлена 1 вертикаль и 17 позиций;
- 2023 год: добавлено 25 позиций;
- 2024 год: добавлено 37 позиций;
- Общее количество 2021 г. = 80
- Общее количество 2022 г. = 105
- Общее количество 2023 г. = 122
- Общее количество 2024 г. = 159



# Тенденции в сегменте Creative 2022 – 2024

2022 год – изменен уровень одной позиции:

- Print Production Director перемещен с 15-го на 16-й уровень АКАР
- Добавлены позиции: Account Group Head, Senior Print Production Manager, Designer, Junior Designer

2023 год – изменен уровень одной позиции:

- Добавлены позиции: Client Service Director, Chief Creative Director, Creator, Director of Analytics, Strategic Planning Group Head, Deputy Studio Director, Project Manager, Junior Project Manager, Head of Production, Middle Designer, Chief Administrator

2024 год – изменений уровней позиций нет

- Добавлены позиции: Deputy Creative Director, Head of Creative Team, Senior Creator, Assistant, Strategic Planning Manager, Post Production Director, Senior Post Production Producer, Film Editor, Deputy Director of Production, Project Management Director, Senior Project Manager, Project Team Lead, Project Management Group Head, Senior Studio Operator, Senior Motion Designer, Studio Operator, Illustrator, Motion Designer, Junior Designer

# Рост количества позиций в сегменте Creative

- 2020 год: матрица без изменений = 0 позиций
- 2021 год: добавлено 9 позиций
- 2022 год: добавлено 4 позиции
- 2023 год: добавлено 11 позиций
- 2024 год: добавлено 19 позиций

Общее количество позиций 2020 = 34

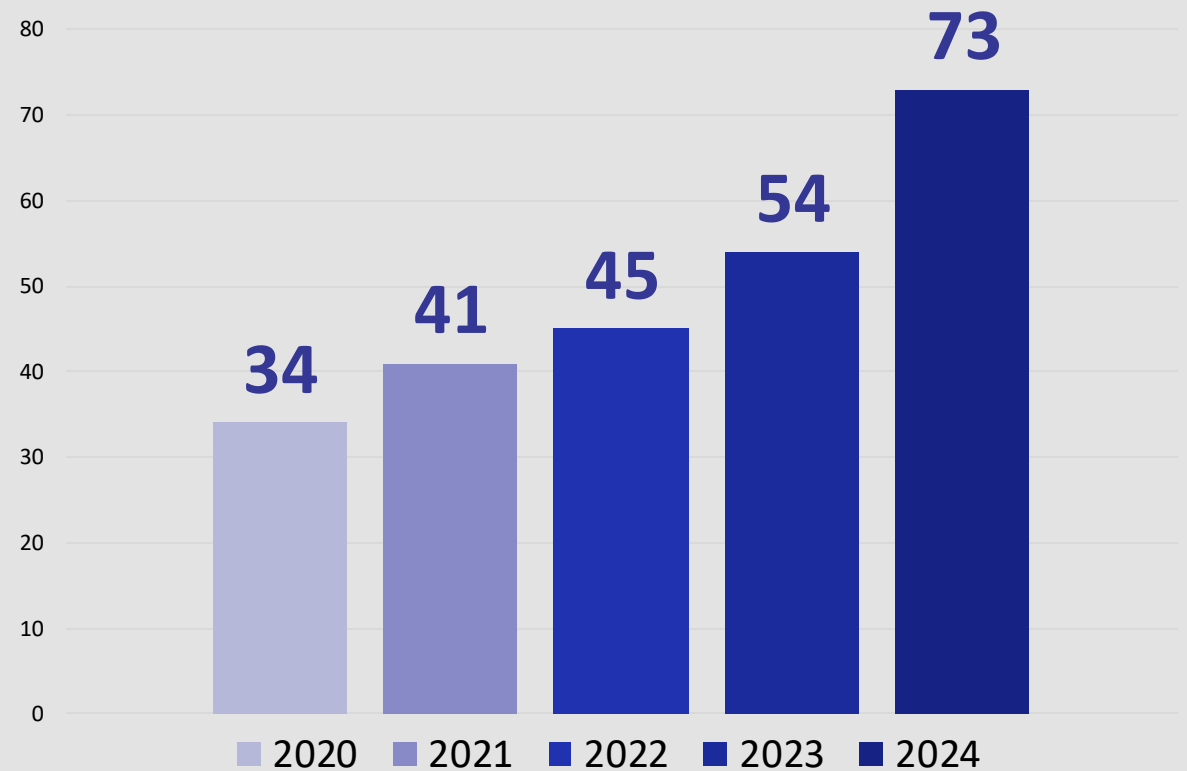
Общее количество позиций 2021 = 41

Общее количество позиций 2022 = 45

Общее количество позиций 2023 = 54

Общее количество позиций 2024 = 73

Динамика позиций в сегменте Creative



# Тенденции в сегменте Digital Creative 2021 – 2024

2021 год – изменен уровень двух позиций:

- Senior New Business перемещен на 15, а New business manager на 14 уровень АКАР
- Junior Copywriter Director помещена на 13 уровень АКАР

2022 год – добавлены 4 позиции в вертикали SP (2 должности) и PM (2 должности)

2023 год – добавлены 9 позиций в вертикали CS (1 должность), SP (1 должность), CW (6 должностей) и PM (1 должность)

2024 год – добавлены 18 позиций в вертикали CS (1 должность), SP (4 должности), CW (11 должностей) и PM (2 должности)

# Рост количества позиций в сегменте Digital Creative

- 2021 год: добавлено 2 позиции
- 2022 год: добавлено 4 позиции
- 2023 год: добавлено 9 позиций
- 2024 год: добавлено 18 позиций
  
- Общее количество позиций 2021 г. = 26
- Общее количество позиций 2022 г. = 30
- Общее количество позиций 2023 г. = 39
- Общее количество позиций 2024 г. = 57



# Тенденции в сегменте MS 2021 – 2024

2021 год – изменения в матрице:

- Добавлены новые группы работ - Strategic Planning, Research / Analyst;
- Позиция New Business Director перемещена на 17 уровень АКАР, Head of New Business – на 16 уровень АКАР; Позиция Senior New Business перемещена на 15, а New Business Manager на 14 уровень АКАР;
- Вертикаль Creative Work добавлена новая позиция - Content manager/Editor;
- Вертикаль Client Service добавлена новая позиция - Regional Director.

2022 год – изменения в матрице:

- Добавлены новые должности – Development Director of the Client Agency в вертикаль CS, Senior Strategic Manager в вертикаль CW, Event group producer в вертикаль EM, New Business Group Head в вертикаль NB.

# Тенденции в сегменте MS 2021 – 2024

2023 год – изменения в матрице:

- Вертикаль Client Service добавлена новая позиция - Client Development Director.
- Вертикаль Creative Work добавлены новые позиции – Creator, Creative Producer.
- Вертикаль Production добавлены новые позиции - Video Director, Senior Designer.
- Вертикаль Strategic Planning добавлена новая позиция - Head of Marketing.
- Вертикаль Project Management добавлены позиции - Senior Assistant Account, Assistant Account.
- Вертикаль Event Management добавлены новые позиции - Buying group head, Event Producer, Travel Manager, Purchasing Manager.
- В настоящей волне данных для анализа не достаточно, в исследовании участвуют только локальные агентства, в связи с этим нет возможности считать отдельно данные по сетевым и локальным агентствам.



# Тенденции в сегменте MS 2021 – 2024

2024 год – изменения в матрице:

- Вертикаль Client Service добавлена новая позиция Client Development Director
- Вертикаль Creative Work добавлены новые должности Creator, Creative Producer
- Вертикаль Production добавлены новые должности Video Director, Senior Designer
- Вертикаль Strategic Planning добавлена новая должность Head of Marketing
- Вертикаль Project Management добавлены новые должности Senior Assistant Account, Assistant Account
- Вертикаль Event Management добавлены новые должности Buying group head, Event Producer, Travel Manager, Purchasing Manager

# Рост количества позиций в сегменте MS

2021 год: добавлено 20 позиций, перемещение 2 позиций = 20 позиций

2022 год: добавлено 7 позиций

2023 год: добавлено 12 позиций

2024 год: добавлено 12 позиций

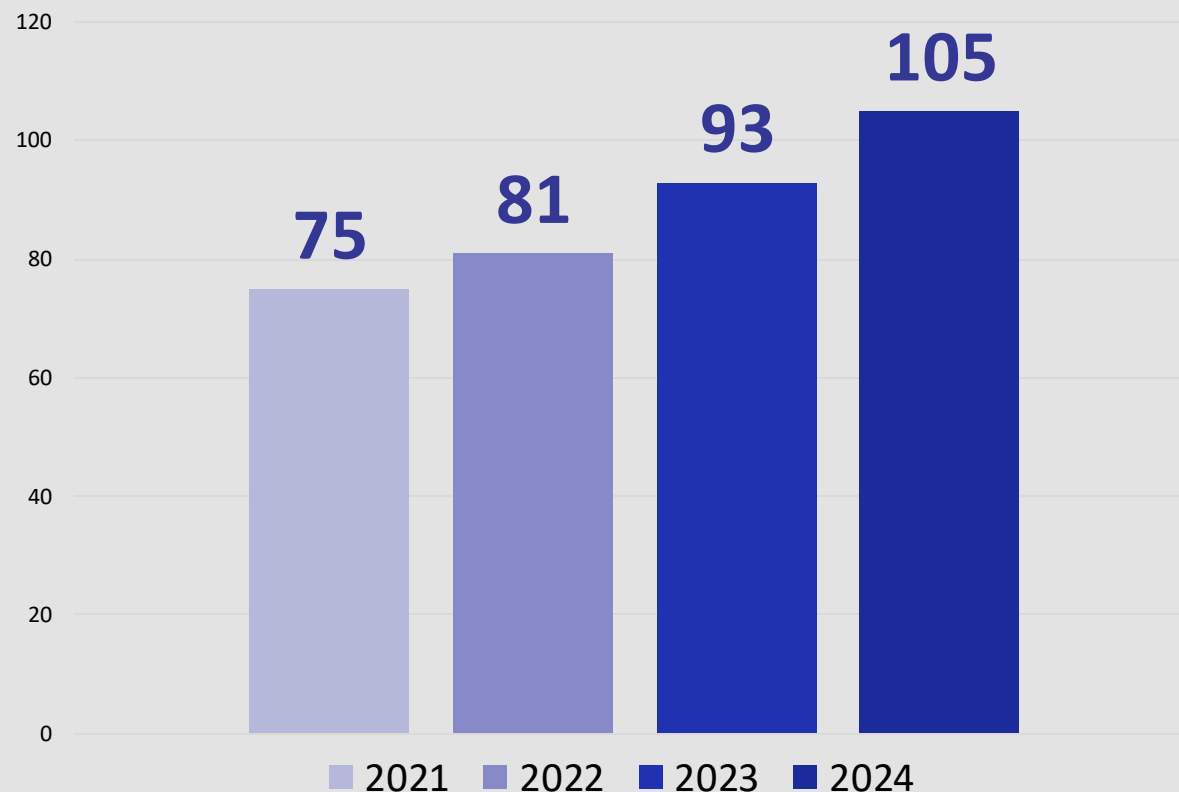
Общее количество позиций 2021 г. = 75

Общее количество позиций 2022 г. = 81

Общее количество позиций 2023 г. = 93

Общее количество позиций 2024 г. = 105

Рост позиций в сегменте MS



# Тенденции в сегменте PR 2021 – 2024

- В 2021 году добавлена 1 позиция - Editor Of Media Solutions.
- Позиции и уровни АКАР по сегменту остаются актуальными в связи с достаточно полным перечнем должностных позиций сегмента;
- Обращаемся к агентствам – членам АКАР, имеющим направление деятельности PR, активнее участвовать в исследовании, чтобы была возможность изучить сегмент;
- В настоящей волне данных для анализа не достаточно, в исследовании участвуют только локальные агентства, в связи с этим нет возможности считать отдельно данные по сетевым и локальным агентствам.
- В 2024 году добавлены 19 позиций.
- В 2024 году добавлены две вертикали - SP (Strategic Planning), PM (Project Management).

# Рост количества позиций в сегменте PR

2021 год: добавлена одна позиция = 1 позиция

2022 год: добавлены две позиции = 2 позиции

2023 год: добавлены две позиции = 2 позиции

2024 год: добавлены 19 позиций = 19 позиций

Общее количество позиций 2021 г = 21

Общее количество позиций 2022 г = 23

Общее количество позиций 2023 г = 25

Общее количество позиций 2024 г = 44



# Тенденции в сегменте Back Office

2024 год — добавлена 81 новая позиция:

- Employer Brand Development Manager
- Finance Director
- Head of Financial Control Department
- Senior business coach
- Senior Specialist of HR Records
- Treasury Manager
- Senior Finance Analyst
- Finance Operations Manager
- Financial Documentation Specialist
- Payroll Accountant
- Tax Specialist
- Analyst
- Junior Finance Manager
- Junior Financial controller
- Junior HR Business Partner
- Junior HR Records Specialist
- Junior business analyst
- Traffic Media Assistant
- Head of Legal Department Deputy
- Deputy director of legal department
- Lead Lawyer
- Chief People Officer
- Head of HR Records
- Recruitment Lead
- Compensation and Benefits Lead
- Head of HR BP
- Head of HR Brand department
- Onboarding Manager
- Senior C&B Specialist
- Senior HR Business Partner
- Senior HR Records Specialist
- Specialist of HR Records
- EHS Manager
- Corporate communications manager
- C&B Specialist
- HR project manager

# Тенденции в сегменте Back Office

- Head of cross-functional projects
- Business trainer
- Corporate coach
- Junior Training Manager
- Senior ERP Systems Developer
- Specialist of the Employee Health Protection
- Information Security
- HR Analytics&Project Specialist
- HR Business Partner Assistant
- HR Documentation Specialist
- Internship Project Manager
- Junior Compensation & Benefits Manager (C&B)
- Recruitment Assistant
- Cybersecurity Director
- Group head BPM
- Senior technical support engineer
- Cybersecurity Group Head
- Cyber Security Architect
- Cyber Security Specialist
- Cyber Security System Administrator
- Data Base Administrator
- Technical support engineer
- 1C Consultant
- Head of Traffic
- Deputy CEO
- Managing Director
- Director of Media Control
- Head of Project Office
- Financial Officer
- Purchasing Director
- QA Team Lead
- Reporting Group Supervisor
- QA engineer
- Doc Flow Specialist
- Junior QA engineer
- Junior Recruitment Manager
- Junior Traffic Media Manager
- Doc flow assistant
- COO
- Deputy Head of Media Control Department
- Deputy of Administrative Director
- Document Traffic Manager
- Business Assistant
- Coordinator
- Department assistant

# Рост количества позиций в сегменте Back Office

2021 год: добавлено 9 позиций;

2022 год: добавлено 15 позиций;

2023 год: добавлено 35 позиций;

2024 год: добавлена 81 позиция.

Общее количество позиций 2021 г = 64;

Общее количество позиций 2022 г = 79;

Общее количество позиций 2023 г = 114;

Общее количество позиций 2024 г = 195.



# Контакты



РУКОВОДИТЕЛЬ АЦ РАМУ/АКАР/АРИР

Николай Васильев

- [t.me/personaliter](https://t.me/personaliter)
- [nv@akarussia.ru](mailto:nv@akarussia.ru)

СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР АЦ РАМУ/АКАР/АРИР

Никита Баркевич

- [t.me/Nbarkevich](https://t.me/Nbarkevich)
- [n.barkevich@akarussia.ru](mailto:n.barkevich@akarussia.ru)

**АКАР**

АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ

**RECENT**  
research center

