



Аналитический центр  
Российской индустрии  
рекламы

# Исследование функционала и доходов сотрудников рекламных агентств 2025 (ЗП25)

## Краткий обзор

Одиннадцатая волна

АЦ РИР

Ноябрь 2025 Москва

## **Уважаемые коллеги!**

Перед вами 11 волна ежегодного Исследования функционала и доходов сотрудников рекламных агентств. Это исследование основано на детальном анализе 7 главных сегментов рекламного рынка (Media, Digital Media, Creative, Digital Creative, Marketing services, PR и Back Office), который проводят HR-специалисты ведущих российских рекламных агентств. Они заполняют матрицы отдельно по каждому сегменту, отдельно по каждой существующей или появившейся должности (позиции) с учетом денежных выплат в течение года, включая оклады, премии, бонусы и другие выплаты. На основе этих данных мы рассчитываем среднемесячный доход по каждой должности. Это сложный, скрупулёзный процесс, требующий глубоких знаний. Исследование содержит описание функционала по должностям, а также изменения в доходах, которые происходят на рекламном рынке. Мы выражаем глубокую благодарность HR специалистам, принявшим участие в нашем исследовании. Это большой труд.

## Благодарим за участие:

BBDO, Contrapunto, IPG (McCann, MullenLowe), Action, Adwise, Agenda Media Group, Ark Group, BAR creative agency, CREON, DIDENOK TEAM, Dotorg, Goose Gaming, MGCom, MainTargetGroup, Marcon, Maslov Agency, Media Instinct Group (Media Instinct, United Partners, MI10, Air Media, Horizon, Media Pulse, Media Trust), NMi Group, Orange, Seven, Streamers Alliance, TVIN, VMLY&R (ex-Geometry), Восход, КРОС, 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, RORE | DARR), SERVICEPLAN GROUP, SkyAlliance, Media Direction Group, АДВ (Arena, Havas Media, Initiative, UM, АДВ) и других.

# Описание исследования

**Инициатор:** Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР) <https://akarussia.ru>;

**Исполнитель:** Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР)

<https://akarussia.ru/analiticheskij-centr/>;

**Метод:** экспертный опрос;

**Объем выборочной совокупности:** 64 агентства;

**География:** г. Москва;

**Респонденты:** HR-специалисты ведущих российских рекламных агентств. Коллегиально принято решение оставить в этом году сложившееся распределение на российские ех-сетевые и российские локальные агентства;

**Форма опроса:** заполнение респондентами специально подготовленных матриц по специализации агентства (от 1 до 7);

**Рассматриваемый (анализируемый) период:** с 01 июня 2024 года по 31 мая 2025 года.

# Описание исследования

**Специализация агентств (сегменты):** Media, Digital Media, Creative, Digital Creative, Marketing Services, PR, Back Office;

**Периодичность исследования:** ежегодное, 11 волна (1-ая волна 2015 г.);

**Период проведения исследования:**

- Подготовительный этап: май-июнь 2025 г.;
- Полевой этап: июнь-сентябрь 2025 г. (сбор данных);
- Анализ, обработка данных: сентябрь-октябрь 2025 г.;
- Итоговые презентации (отчеты): ноябрь 2025 г.

**Форма предоставления данных:** презентация (отчет) в .pptx/.pdf по каждому сегменту объемом 100-150 слайдов (итого 750 – 1000 слайдов по 7 сегментам), таблицы в .xls и общая презентация основных результатов (Summary, 47 слайдов);

**Старт следующей волны:** июнь 2026 года

# Содержание презентаций (отчетов)

По каждой из должностей посчитаны следующие статистические показатели

Каждая из 7 презентаций (7 сегментов) содержит:

- Методологию и терминологию исследования
- Экспертное мнение
- Общее количество должностей 2022-2025
- Количество должностей по всем сегментам
  
- Тенденции сегмента
- Позиции по сегменту
- Должности и зарплаты по сегментам
- Динамика зарплат по должностям в сегменте за последние четыре 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

# Участники исследования



\* каждое агентство может принимать участие в нескольких сегментах (от 1 до 7)

Подготовлено: АЦ РИР  
Ноябрь 2025  
Москва

# Ключевые изменения и тенденции

## Количество должностей

- Совокупное число должностей во всех сегментах достигло 1107 в 2025 году, что на 385 больше, чем в 2024 г. (рост на 53% к прошлому году);
- С 2022 по 2025 гг. количество должностей увеличилось на 632 (+132% от значения 2022 года);
- Больше всего должностей на 2025 год в сегментах Back-Office (322) и Media (219);
- Меньше всего должностей в сегментах Digital Creative (65) и PR (78).

# Ключевые изменения и тенденции

## Рост количества должностей

- Самый высокий рост количества должностей в сегменте Media: +77% (+95 должностей) к 2024 году;
- Первый по количественному росту - сегмент Back-Office: +127 должностей (+65%) по сравнению с 2024 г.

# Ключевые изменения и тенденции

## Группы работ

- Группа работ «Planning» - первая по числу сотрудников в представленных агентствах: 1682 специалистов (24,5%);
- На втором месте: «Buying» (749), на третьем: «Finance» (610);
- Сотрудников из группы работ «Planning» больше в сегменте Media (969), чем в Digital Media (713) на 36%;
- В 2025 в сегменте Digital Media добавлена группа работ «Mobile» с 10 новыми должностями.

\* Группа работ – подсегмент, сформированный по отдельному направлению деятельности в рамках специализации (сегмента). См. матрицы.

# Ключевые изменения и тенденции

## Доходы специалистов

- Среднее значение среднемесячного дохода сотрудников рекламно-коммуникационной отрасли по всем рассматриваемым сегментам в 2025 году - 158 тысяч рублей;
- Самый высокий среднемесячный доход в сегменте Creative - 180 тысяч рублей;
- Самый низкий среднемесячный доход в сегменте PR - 101 тысяча рублей.

\*Среднемесячный доход с учетом бонусов

# Ключевые изменения и тенденции

## Доходы специалистов

- В 2025 году первый по числу специалистов со среднемесячным доходом 500+ тысяч рублей в месяц сегмент Media - 132 сотрудника (7% от всех сотрудников в сегменте);
- Больше всего сотрудников со среднемесячным доходом меньше 100 тысяч рублей в Digital Media - 669 специалистов (28,4%).

\*Среднемесячный доход с учетом бонусов

# Ключевые изменения и тенденции

## Junior-специалисты

- В представленных агентствах более 1300 Junior-специалистов;
- Больше всего Junior в Digital Media (604) и в Media (483) - в этих сегментах работает 83% начинающих специалистов;
- Средний среднемесячный доход Junior составляет 80 тысяч рублей;
- Самые высокие среднемесячные доходы Junior в Back-Office (115 тысяч рублей) и Marketing Services (105 тысяч рублей).

\*Среднемесячный доход с учетом бонусов

# Ключевые изменения и тенденции

## Senior-специалисты

- В агентствах насчитывается более 1300 Senior-специалистов;
- Больше всего Senior в Digital Media (441) и в Media (361) – в этих сегментах работает 60% старших специалистов;
- Средний среднемесячный доход Senior-специалиста - 190 тысяч рублей;
- Самые высокие среднемесячные доходы Senior-специалистов в сегментах Creative и Media - 200 тысяч рублей.

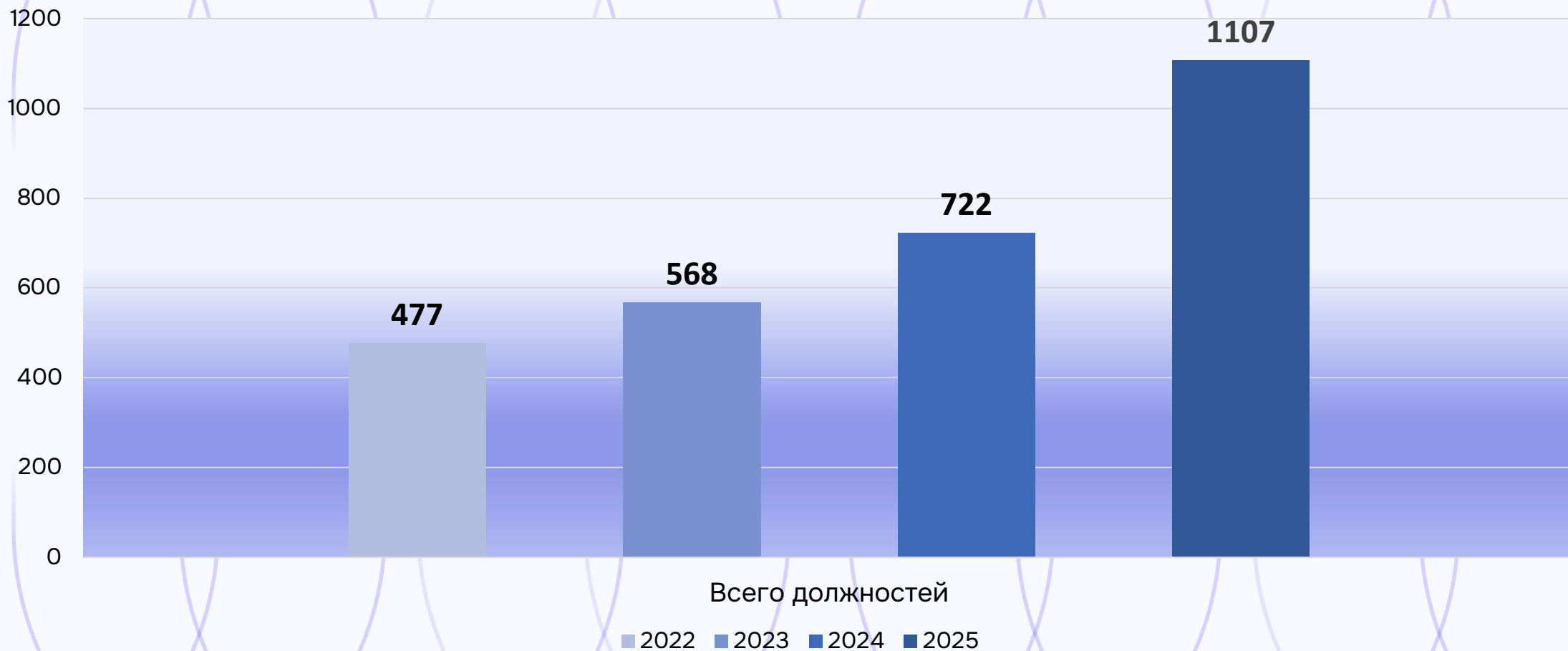
\*Среднемесячный доход с учетом бонусов

# Ключевые изменения и тенденции

## Премии и бонусы

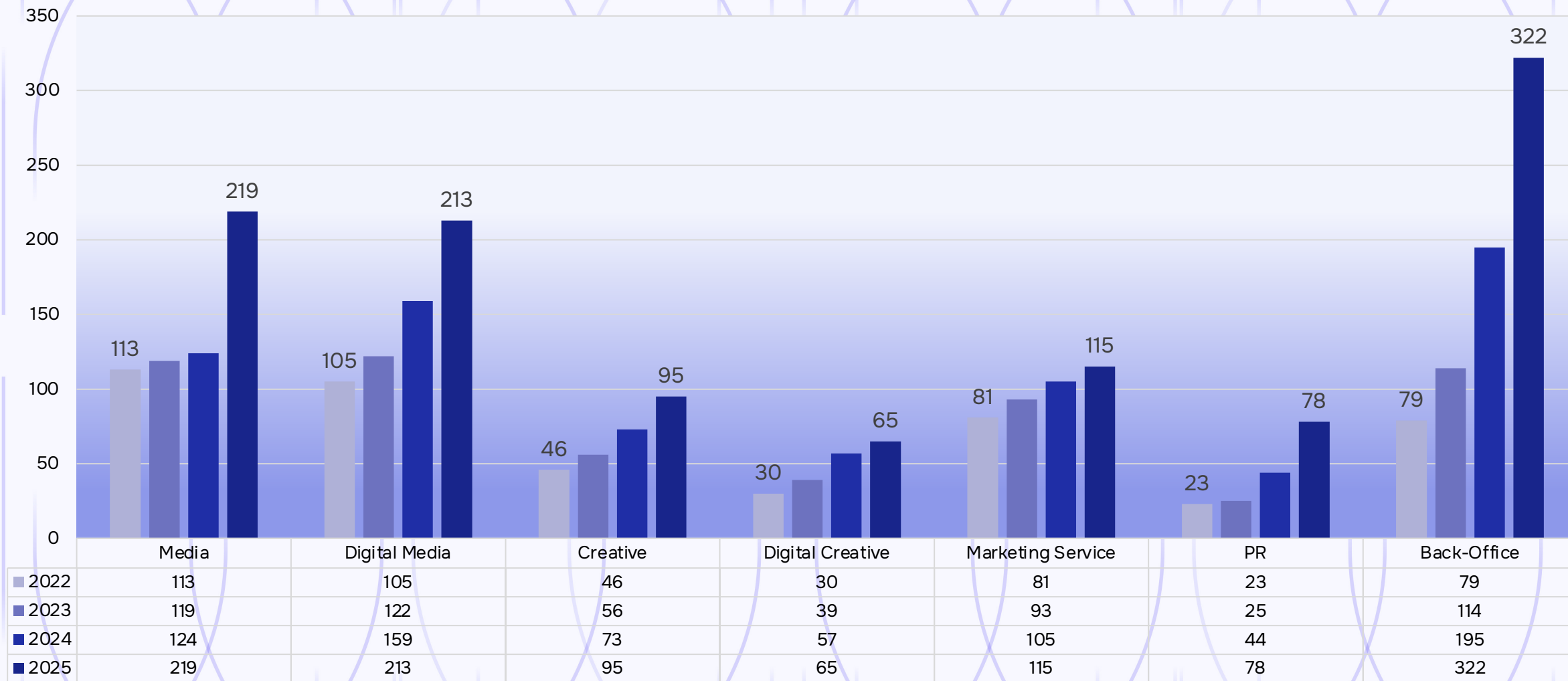
- 60% сотрудников рекламных агентств хотя бы раз получали денежное вознаграждение поверх установленного ежемесячного оклада в 2025 (премии, бонусы по KPI);
- За текущий год больше всего премий или бонусов по KPI получали минимум один раз в Digital Media: 1573 специалистов (66,8% от всего сегмента) и в Back-Office: 1057 специалистов (73,8% от всего сегмента).

# Общее количество должностей 2022-2025



Подготовлено: АЦ РИР  
Ноябрь 2025  
Москва

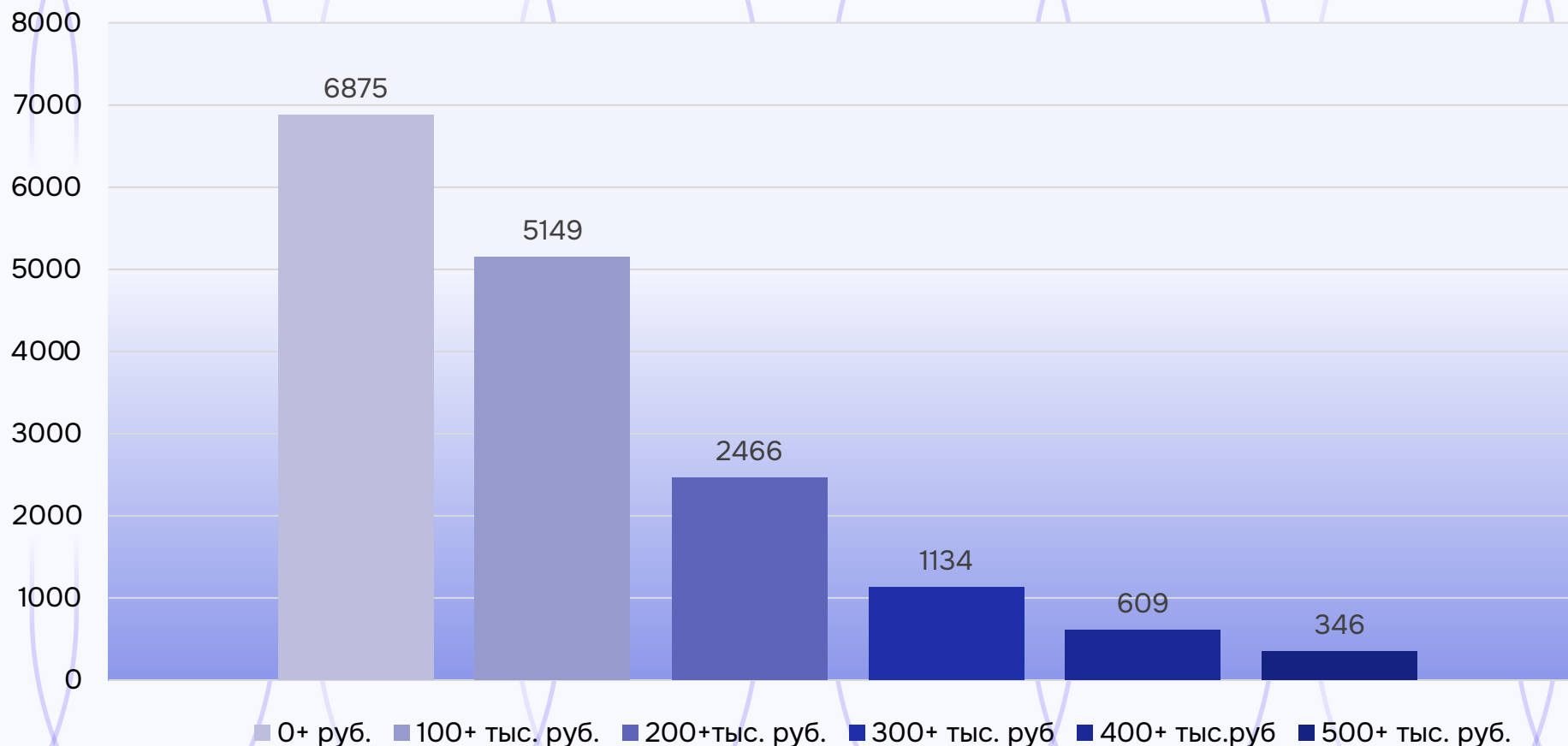
# Рост количества должностей по всем сегментам 2022-2025



Подготовлено: АЦ РИР  
 Ноябрь 2025  
 Москва

# Количество специалистов по среднемесячному доходу 2025

Распределение специалистов по среднемесячному доходу



Подготовлено: АЦ РИР  
Ноябрь 2025  
Москва

# Тенденции в сегменте Media 2025

В 2025 добавлена вертикаль Client Service (CS)

В группу работ Client Service (CS) добавлены должности:

- Head of Client Service
- Deputy Head of Department
- Client Lead
- Client Partner
- Account Supervisor
- Client Experience Project Coordinator
- Administrative Coordinator

В группу работ Planning (P) добавлены должности:

- Chief Platform Officer
- Planning Director
- Business Director
- Group Account Director
- Media Planning Group Head
- Planning Team
- Sustainability Manager
- Media Planning Product Owner
- Sustainability Manager
- Sustainability Junior Creator

В группу работ Research / Analyst ( R/A) добавлены должности:

- Development and Innovation Director
- Product Development Director
- Commercial Analytics Director
- Director of Media Analysis
- Marketing Research Director
- Head of Commercial Analytics
- Head of Media Controlling
- Head of Media Research Department
- Head of Research
- Marketing Research Group Head
- Deputy Head of Media Research Department
- Social Listening Group Head
- Product Development Lead
- Senior Media Controlling Manager
- Social Media Analyst
- Transformation Project Analyst
- Social Media Analyst
- Market Research Manager
- Media Controlling Manager
- Junior Market Research Manager
- Assistant of Monitoring Department
- Junior Product and Innovation Manager

# Тенденции в сегменте Media 2025

В группу работ Buying TV(B\_TV) добавлены должности:

- Nat TV Buying Group Account Director
- Nat TV Buying Group Head
- Reg TV Buying Group Head
- Deputy Region TV Buying Director
- Senior Nat TV Media Buyer
- Senior Reg TV Media Buyer
- Reg TV Buyer
- Junior Nat TV Media Buyer
- Junior Reg TV Buyer
- Nat TV Media Buyer Assistant

В группу работ Buying Radio, Press(B\_Radio, Press) добавлены должности:

- Press Buying Director
- Head of Buying Division (Radio, Press)
- Press Buyer

В группу работ Buying OOH(B\_OOH) добавлены должности:

- Regional Procurement Director (OOH)
- OOH Data Project Leader
- Head of OOH Buying
- OOH Buying Manager
- Junior OOH Buying Manager

В группу работ Buying (B\_All Media ) добавлены должности:

- Buying Operations Management Director
- Media Buying Group Head
- Deputy Buying Group Director
- Media Buyer (Indoor)

# Тенденции в сегменте Media 2025

В группу работ Strategic Planning (SP) добавлены должности:

- Commercial Director
- Product & Strategic Director
- Executive Director
- Chief Platform Officer
- Director Of Media Control for Internet Placements
- Strategic Planning Director
- Deputy Director of Strategic Planning Department
- Head of Strategic Planning
- Social Listening Group Head
- Head of Sports and eSports
- Media Control Group Head
- Assistant Strategic Planner
- Assistant Strategic Department

В группу работ Sponsorship (S) добавлены должности:

- Sponsorship Director
- Head of the Group for the Implementation of Special Projects
- Special Projects Group Head
- Senior Special Projects Manager

В группу работ New Business (NB) добавлены должности:

- Chief Customer and Business Development Officer
- Deputy Business Development Director Group of Clients
- Senior Business Development Manager

В группу работ Econometricians (R/A) добавлены должности:

- Senior Data Scientist & Econometrician
- Leading Expert Data Scientist & Econometrician
- Data Scientist & Econometrician

В группу работ Data Specialists (R/A) добавлены должности:

- Head of Knowledge
- Knowledge Integration Lead
- Traffic Specialist
- Business Data Science Director
- Director of Data Analysis
- Head of Data Lab
- Deputy Director for Big Data
- Big Data Lead
- Data Analyst

# Рост общего количества должностей в Media 2022-2025

- 2022 год: добавлены 15 должностей;
- Общее количество должностей в 2022г = **113**;
- 2023 год: добавлены 6 должностей;
- Общее количество должностей в 2023г = **119**;
- 2024 год: добавлены 5 должностей;
- Общее количество должностей в 2024г = **124**;
- 2025 год: добавлены 95 должностей;
- Общее количество должностей в 2025г = **219**.



# Экспертное мнение. Сегмент Media

1. Грань между локальными и бывшими сетевыми агентствами для сотрудников и соискателей окончательно стерлась. Молодые сотрудники не знают и не стремятся узнать историю рекламного рынка до 2022 года. Для специалистов с опытом от 4 лет значение имеет текущее позиционирование агентства, текущий портфель клиентов и текущие условия, а не богатое прошлое. Разумеется, различие в восприятии разных агентств и рекламных групп присутствует. Но строится оно на том, что происходило в последние 2-3 года.
2. Спрос на новых сотрудников со стороны рекламодателей падает. Сильнейший кадровый голод 2022-2023 годов сменился переизбытком предложений со стороны соискателей. По разным исследованиям на одну вакансию в маркетинге сейчас приходится 20-40 соискателей. Причиной является замедление роста рекламного рынка, особенно если смотреть на динамику после вычета инфляции. При этом активно растут "новые медиа", такие как маркетплейсы. Но с этими медиа далеко не всегда работают классические рекламные агентства, поэтому влияние на рост количества сотрудников ограниченное.

Никита Прибыловский  
Директор по развитию SA Media Group

# Экспертное мнение. Сегмент Media

3. Требования к сотрудникам и зарплаты растут.

В ситуации большого количества соискателей на рынке рекламные агентства могли бы начать снижать зарплатные вилки, однако влияние факторов конкуренции за рекламодателей и технологической конкуренции пока сказываются сильнее.

Средние зарплаты растут у сотрудников всех грейдов, придумываются новые должности для ключевых людей, так как агентствам крайне важно качество кадров.

Дополнительно на позиции Junior и Middle влияет ИИ-автоматизация, где часть простых процессов уже не требует вовлечения младших сотрудников, а значит их обязанности и требования к сотрудникам становятся более сложными. В агентствах, активно внедряющих ИИ прямо сейчас не так просто в принципе отличить Junior (с опытом 6 месяцев+) от Middle сотрудника.

Никита Прибыловский

Директор по развитию SA Media Group

# Тенденции в сегменте Digital Media 2025

## В 2025 добавлена одна вертикаль М (Mobile)

В группу работ P (Planning) добавлены должности:

- Chief Product Officer
- Digital Strategic Planning Team Lead
- Product Lead, Strategic Digital Planning
- Product Marketer
- Digital Group Head

В группу работ B (Buying) добавлены должности:

- Group Trading Director
- Digital Procurement Director
- Trading Director
- Sales Manager
- Junior Mobile Media Buyer

В группу работ SP (Special Projects) добавлены должности:

- Digital Executive Director
- Special Projects Lead
- Senior Targeted Advertising Manager
- Media Product Specialist
- Junior Digital Manager

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

- Head of Content Partnership
- Partnerships Project Lead
- Senior Content Partnership Manager
- Content Partnership Manager
- Senior Influencer Marketing Manager
- Junior Influencer Marketing Manager

В группу работ R/A (Data specialists) добавлена должность:

- Junior Data Analyst

В группу работ E-commerce добавлены должности:

- E-Retail Group Head
- E-commerce Team Lead
- E-retail Team Lead
- Tech Lead Parser Team
- Senior E-Retail Manager
- Senior E-commerce Manager
- E-retail Manager
- Marketplace Manager
- Junior e-Retail Manager
- Assistant E-commerce Practice

# Тенденции в сегменте Digital Media 2025

В группу работ R/A (Research/Analyst) добавлены должности:

- Head of Research and Insights
- Lead Marketing Consultant
- Head of web-Analytics
- Senior strategic product development expert
- Analytic Group Head
- Senior Analyst
- Senior Web Analyst

В группу работ S (Strategy) добавлены должности:

- Strategic Development Director
- Real Estate Product Developing Director
- Head of Marketing Solutions Department
- Project Management Team Lead
- Digital Marketing Strategist
- Marketing Strategist
- Digital Planner

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

- Deputy Paid Search Director
- Paid Search Group Head
- Paid Search Team Leader
- SEO Group Head
- Search Engine Marketing Group Head
- Targeted Advertising Group Head
- Head of Search Engine Optimization Department
- Head of Target
- Senior Search Engine Optimization Manager
- Senior Paid search & Paid social manager
- Paid Search Manager
- Targeted Advertising Assistant
- Targeted Advertising Junior Manager
- Junior Paid Search Manager

В группу работ CS (Client Service) добавлены должности:

- Performance Client Service Director
- Performance Group Account Director
- Trainee

# Тенденции в сегменте Digital Media 2025

В группу работ NB (New Business) добавлены должности:

- Digital Development & Business Growth Director
- New Business Group Head (Digital)
- Digital Development Expert

В группу работ P/R (Programmatic/RTB) добавлены должности:

- Head of Purchase In Full Service. Programmatic Platforms
- Programmatic Trading Group Head
- Senior manager of purchase in full service programmatic platforms
- Senior Performance Manager
- Manager of purchase in full service programmatic platforms
- Junior Manager of Purchase in full service programmatic platforms

В группу работ PF (Performance) добавлены должности:

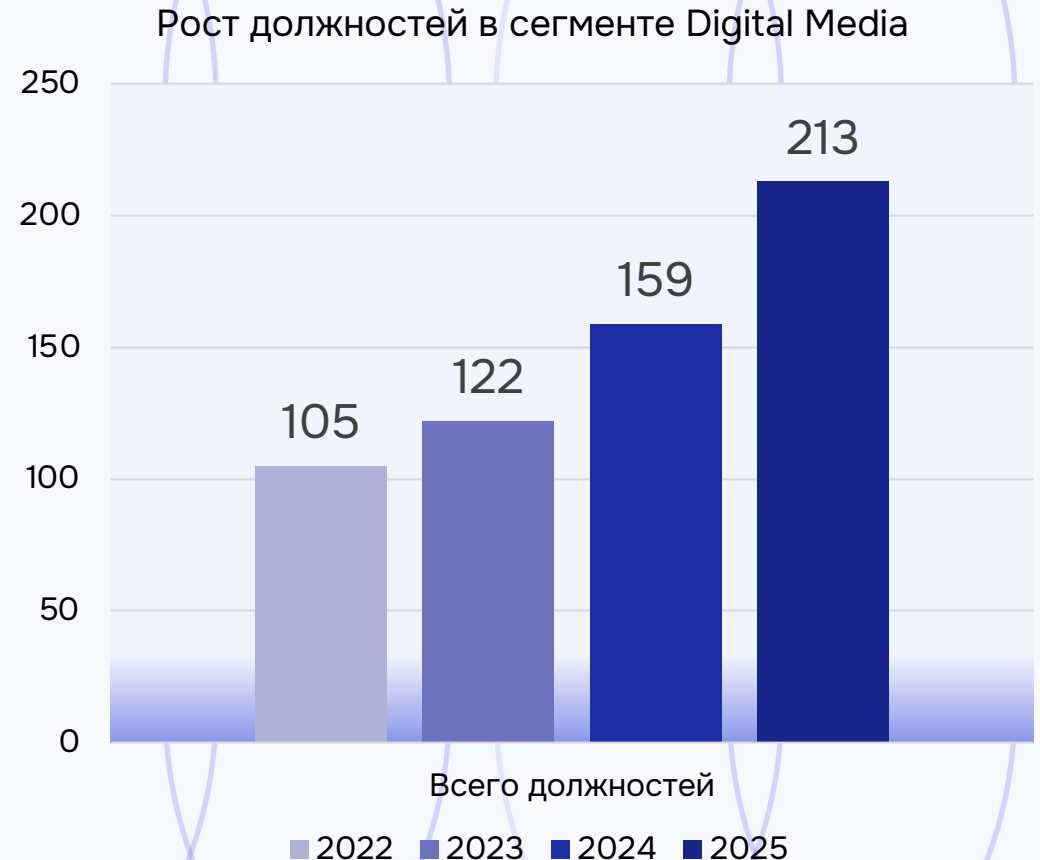
- Head of Performance
- Group Head Paid Social
- Head of CPA Group
- Head of Content

В группу работ M (Mobile) добавлены должности:

- Mobile Advertising Director
- Mobile Advertising Group Head
- Mobile Media Buying Group Head
- Deputy Mobile Buying Director
- Head of Mobile Acquisitions
- Senior Mobile Media Buyer
- Senior Mobile Manager
- Senior Mobile Account Manager
- Mobile Marketing Manager
- Mobile Account Manager

# Рост количества должностей в сегменте Digital Media

- 2022 год: добавлена 1 вертикаль и 17 должностей;
- Общее количество должностей 2022 г. = 105;
- 2023 год: добавлено 25 должностей;
- Общее количество должностей 2023 г. = 122;
- 2024 год: добавлено 37 должностей;
- Общее количество должностей 2024 г. = 159;
- 2025 год: добавлена 1 вертикаль и 54 должности;
- Общее количество должностей 2025 г. = 213.



# Экспертное мнение. Сегмент Digital Media

1. Грань между локальными и бывшими сетевыми агентствами для сотрудников и соискателей окончательно стерлась.

Молодые сотрудники не знают и не стремятся узнать историю рекламного рынка до 2022 года.

Для специалистов с опытом от 4 лет значение имеет текущее позиционирование агентства, текущий портфель клиентов и текущие условия, а не богатое прошлое. Разумеется, различие в восприятии разных агентств и рекламных групп присутствует. Но строится оно на том, что происходило в последние 2-3 года.

2. Спрос на новых сотрудников со стороны рекламодателей падает.

Сильнейший кадровый голод 2022-2023 годов сменился переизбытком предложений со стороны соискателей. По разным исследованиям на одну вакансию в маркетинге сейчас приходится 20-40 соискателей.

Причиной является замедление роста рекламного рынка, особенно если смотреть на динамику после вычета инфляции.

При этом активно растут "новые медиа", такие как маркетплейсы. Но с этими медиа далеко не всегда работают классические рекламные агентства, поэтому влияние на рост количества сотрудников ограниченное.

Никита Прибыловский

Директор по развитию SA Media Group

# Экспертное мнение. Сегмент Digital Media

3. Требования к сотрудникам и зарплаты растут.

В ситуации большого количества соискателей на рынке рекламные агентства могли бы начать снижать зарплатные вилки, однако влияние факторов конкуренции за рекламодателей и технологической конкуренции пока сказываются сильнее.

Средние зарплаты растут у сотрудников всех грейдов, придумываются новые должности для ключевых людей, так как агентствам крайне важно качество кадров.

Дополнительно на позиции Junior и Middle влияет ИИ-автоматизация, где часть простых процессов уже не требует вовлечения младших сотрудников, а значит их обязанности и требования к сотрудникам становятся более сложными. В агентствах, активно внедряющих ИИ прямо сейчас не так просто в принципе отличить Junior (с опытом 6 месяцев+) от Middle сотрудника.

Никита Прибыловский

Директор по развитию SA Media Group

# Тенденции в сегменте Creative 2025

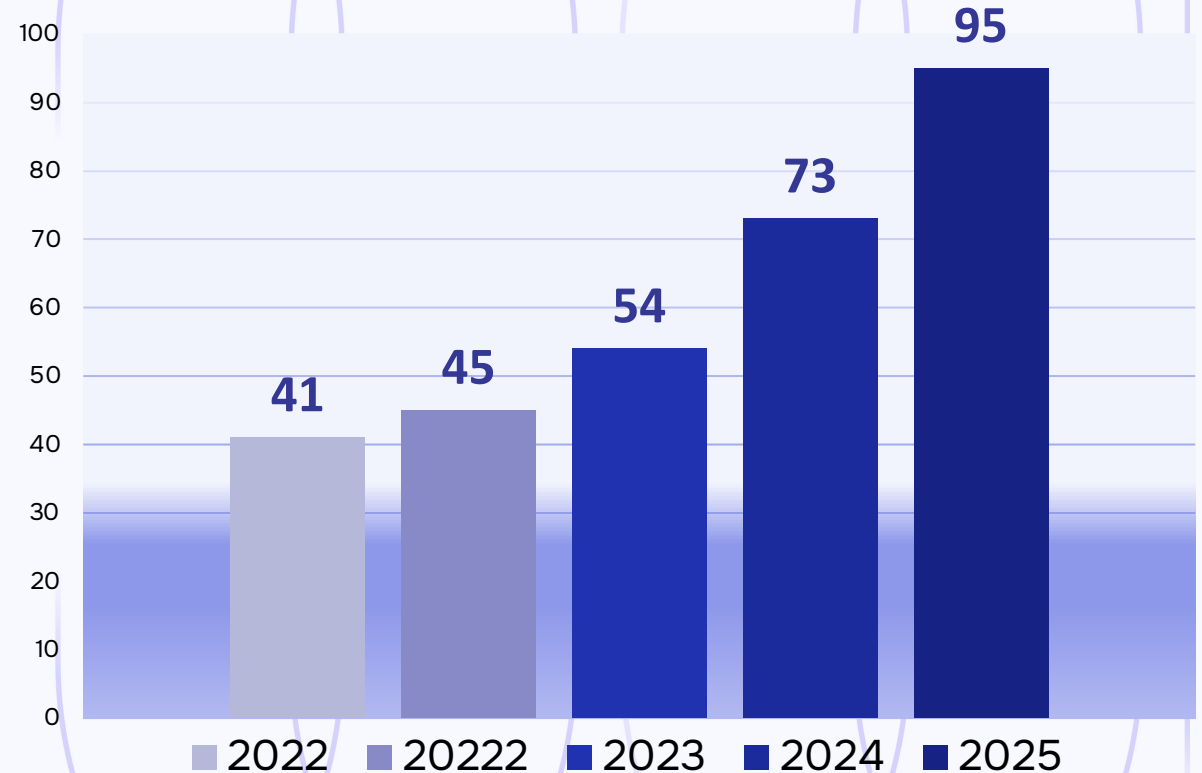
В 2025 добавлены следующие должности:

- Head of Client Service Group, 3D Lead (Group Head), Head of Banner Advertising Department, Leading Designer-Animator, ORM Lead, Strategic Planning Group Head, Head of Performance Media Marketing Department, TV Production Group Head, Head of Influencer Marketing, Lead Marketing Analyst, Business Presentation Designer, Designer-Animator, Influence Marketing Specialist, Junior Performance Media Marketing Specialist, Junior SMM Analyst, Junior Creator, Studio Designer, General Producer, Lead Post-Production Producer.

# Рост количества должностей в сегменте Creative

- 2022 год: добавлено 4 должности;
- Общее количество должностей 2022 = 45;
- 2023 год: добавлено 11 должностей;
- Общее количество должностей 2023 = 54;
- 2024 год: добавлено 19 должностей;
- Общее количество должностей 2024 = 73;
- 2025 год: добавлено 19 должностей;
- Общее количество должностей 2025 = 95.

Динамика должностей в сегменте Creative



# Экспертное мнение. Сегмент Creative

Исследование заработных плат в креативных агентствах – это важный инструмент для стратегического управления персоналом и повышения конкурентоспособности на рынке.

Анализируя подготовленный отчет по обзору заработных плат в 2025 году в сегменте Creative можно сделать следующие выводы:

По среднему значению, в локальных агентствах динамика роста заработных плат по сравнению с предыдущим годом очень нестабильна по многим позициям, например стоимость позиции Creative Director выросла на 56%, а Creative Group Head на 12%. Также, можно наблюдать, что по некоторым позициям заработные платы стали ниже, например позиция Client Service Director оценивается на 2 % ниже, чем в 2024 году.

Резкий рост зарплат для Creative Director может быть вызван высоким спросом на креативные идеи и лидерство, тогда как снижение для Client Service Director может отражать изменения в спросе на этот функционал или оптимизацию процессов внутри агентств.

Юлия Александрова

HR Director Агентство GG (ex Geometry (WPP))

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

В ex-сетевых агентствах динамика роста заработных плат стабильна практически по всем позициям в диапазоне от 8% до 17%. В данном случае стабильный рост заработных говорит о том, что ex-сетевые агентства могут позволить себе инвестировать в свои команды, возможно, благодаря более устойчивым финансовым потокам и большему количеству проектов. Это также может быть связано с их стандартами и практиками управления персоналом.

Повышения из года в год заработных плат в креативной индустрии связаны, как и с общими экономическими трендами, так и с конкуренцией за таланты. В условиях нехватки квалифицированных специалистов агентства могут повышать зарплаты, чтобы привлекать и удерживать талантливых работников.

Многие креативные профессионалы предпочитают работать на себя, что позволяет им выбирать проекты и устанавливать собственные расценки. Это создает дополнительное давление на агентства, которые должны предлагать более привлекательные условия работы, чтобы конкурировать с фрилансерами. Гибкость в графике, возможность удаленной работы и интересные проекты становятся важными факторами для привлечения талантов.

Юлия Александрова

HR Director Агентство GG (ex Geometry (WPP))

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

В отчете 2025 года уровень заработных плат должностям ex-сетевых агентствах выше, чем в локальных агентствах, хотя в 2023 году наблюдался период сопоставимости. Например, в 2025 году, по среднему значению позиция Client Service Director в ex-сетевых агентствах на 82% оценивается дороже. Значительная разница в зарплатах для должности Client Service Director между ex-сетевыми и локальными агентствами может указывать на большую ценность этой роли в рамках крупных международных проектов, где требования к управлению клиентами и качеству обслуживания значительно выше. Однако, стоит отметить, что есть сопоставимые позиции по стоимости, такие как Senior Account Manager, Account Manager, что может свидетельствовать о повышении ценности данного функционала и нехватки специалистов среднего звена на рынке.

Юлия Александрова

HR Director Агентство GG (ex Geometry (WPP))

Подготовлено: АЦ РИР  
Ноябрь 2025  
Москва

# Экспертное мнение. Сегмент Creative

В исследовании 2025 года можно выделить появление должностей - ORM (Online Reputation Management) Lead, ORM специалист, что соответствует условиям современного цифрового мира, где репутация может оказывать значительное влияние на успех бизнеса. Это также говорит о том, что агентства адаптируются к изменениям в потребностях рынка и стремятся предлагать актуальные услуги.

В целом исследование, которое ежегодно проводит АКАР является важным инструментом не только для взаимодействия между работодателями и работниками, и сравнения с конкурентами, но и играет ключевую роль в формировании стратегий бюджетирования и определения ставок на услуги. Это позволяет агентствам более эффективно планировать свои ресурсы и строить долгосрочные стратегии.

Юлия Александрова

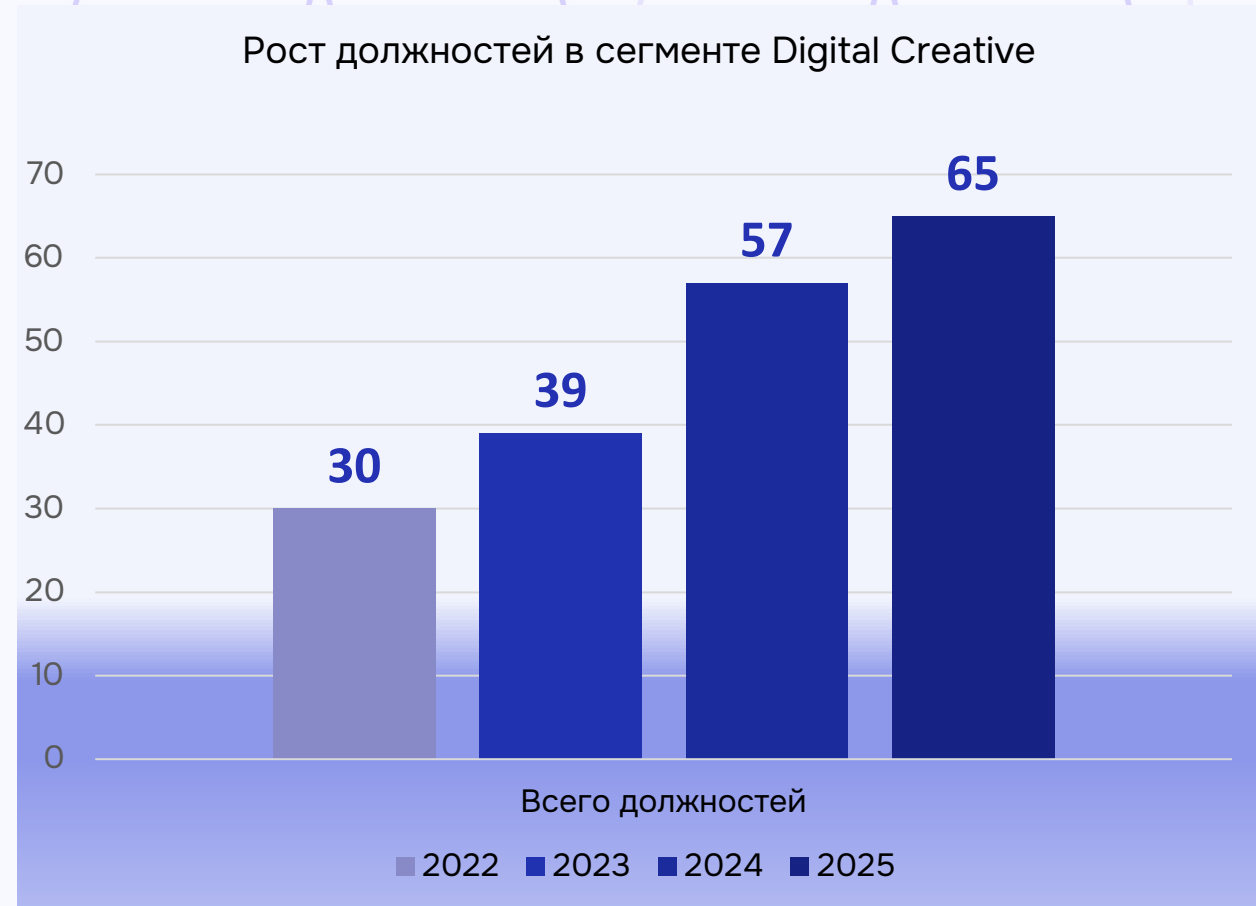
HR Director Агентство GG (ex Geometry (WPP))

# Тенденции в сегменте Digital Creative 2025

2025 год – добавлены 8 должностей в вертикаль Strategic Planning (3 должности: Deputy Digital Group Head, Junior Analyst , Junior Strategic Planner), Creative Work (4 должности: WEB Design Team Lead, Designer Group Head, Senior Video Editor, Junior Copywriter) и New Business (1 должность: New Business Coordinator).

# Рост количества должностей в сегменте Digital Creative

- 2022 год: добавлено 4 должности;
- Общее количество должностей 2022 г. = **30**;
- 2023 год: добавлено 9 должностей;
- Общее количество должностей 2023 г. = **39**;
- 2024 год: добавлено 18 должностей;
- Общее количество должностей 2024 г. = **57**;
- 2025 год: добавлено 8 должностей;
- Общее количество должностей 2025 г. = **65**.



# Экспертное мнение. Сегмент Digital Creative

Обзор заработных плат в рамках креативного и маркетингового сегментов в этом году подсвечивает значительный рост дохода, а значит и спрос на бизнес-лидеров по продажам и развитию бизнеса. Также ощутимый рост в доходе наблюдается среди стратегов.

Из этих данных можно сделать выводы, что на первый план выходят комплексные подходы ведения проектов, поиск новых каналов и инструментов для монетизации. Это в очередной раз подтверждает турбулентность на медиарекламном рынке, на фоне которого бизнесу требуются не просто классные исполнители, но скорее партнеры в виде сотрудников, которые мыслят шире, готовы к изменениям, могут прогнозировать риски и генерить новые подходы.

Для hr-специалистов, на мой взгляд, это означает, что найм станет более точечным, потому что таких экспертов на рынке достаточно ограниченное количество. Стоит еще более детально подходить к формированию предложений для кандидатов и думать не только о сохранении рыночных зарплат для этих специалистов, но и усиливать конкурентные преимущества в рамках соц пакета, привилегий и других уникальных опций, чтобы стать более привлекательным работодателем.

Анастасия Алексеева

HR Director Didenok Team

# Тенденции в сегменте Marketing Services 2025

## 2025 год – изменения в матрице:

- Вертикаль Event Production, добавлена новая должность - Event Producer;
- Вертикаль Project Management, добавлена новая должность - Lead Project Management;
- Вертикаль Strategic Planning, добавлены новые должности - Senior Digital Manager, Media Planner;
- Вертикаль Research/Analyst, добавлена новая должность - Research Manager;
- Вертикаль Creative Work, добавлены новые должности - IM Manager, Junior Art Director, Illustrator, Web Designer, Assistant.

# Рост количества позиций в сегменте Marketing Services

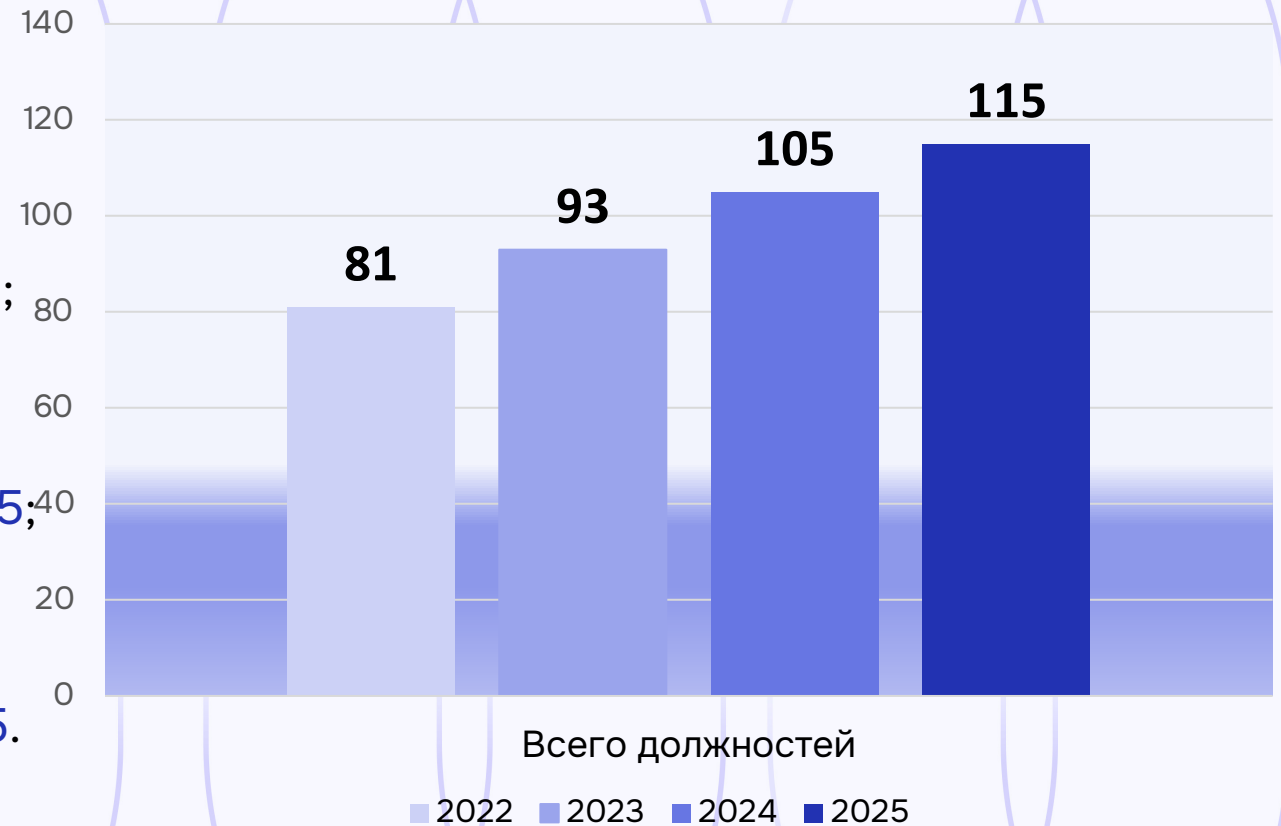
2022 год: добавлено 7 должностей;  
Общее количество должностей 2022 г. = **81**;

2023 год: добавлено 12 должностей;  
Общее количество должностей 2023 г. = **93**;

2024 год: добавлено 12 должностей;  
Общее количество должностей 2024 г. = **105**;

2025 год: добавлено 10 должностей;  
Общее количество должностей 2025 г. = **115**.

Рост должностей в сегменте MS



# Экспертное мнение. Сегмент Marketing Services

Обзор заработных плат в рамках креативного и маркетингового сегментов в этом году подсвечивает значительный рост дохода, а значит и спрос бизнеса на лидеров по продажам и развитию бизнеса. Также ощутимый рост в доходе наблюдается среди стратегов.

Из этих данных можно сделать выводы, что на первый план выходят комплексные подходы ведения проектов, поиск новых каналов и инструментов для монетизации. Это в очередной раз подтверждает турбулентность на медиарекламном рынке, на фоне которого бизнесу требуются не просто классные исполнители, но скорее партнеры в виде сотрудников, который мыслят шире, готовы к изменениям, могут прогнозировать риски и генерить новые подходы.

Для hr-специалистов, на мой взгляд, это означает, что найм станет более точечным, потому что таких экспертов на рынке достаточно ограниченное количество. Стоит еще более детально подходить к формированию предложений для кандидатов и думать не только о сохранении рыночных зарплат для этих специалистов, но и усиливать конкурентные преимущества в рамках соц пакета, привилегий и других уникальных опций, чтобы становится более привлекательным работодателем.

Анастасия Алексеева

HR Director Didenok Team

# Тенденции в сегменте PR 2025

- **В 2025 году добавлена 1 вертикаль** - Creative Work (CW) и переименована 1 вертикаль: Strategic Planning (SP) -> Planning (P);
- **В 2025 году добавлено 34 позиции:** Talent Manager, IM Manager, Junior IM Manager, Senior Media Relations Manager, PR Business Partner, Junior PR Business Partner, Media Relations Assistant, Junior PR Manager, SMM Group Head, SMM Moderator, Channel Telegram Editor, Senior Digital Manager, SMM Seeding Specialist, Head of Research Group, SEO&SEM Manager, Research Manager, Content Lead, Senior Designer, Senior Content Manager, Content Partnership Manager, Web Designer, Illustrator, Editor, Creator, Content Manager, Copywriter, SMM Manager, Junior Designer, Junior Creator, Junior Content Manager, Assistant, Strategic Director, Deputy General Director, Media Planner, Business Development Director.

# Рост количества должностей в сегменте PR

- 2022 год: добавлены 2 должности;
- Общее количество должностей 2022 г = **23**;
  
- 2023 год: добавлены 2 должности;
- Общее количество должностей 2023 г = **25**;
  
- 2024 год: добавлены 19 должностей;
- Общее количество должностей 2024 г = **44**;
  
- 2025 год: добавлены 34 должностей;
- Общее количество должностей 2025 г = **78**.



# Тенденции в сегменте Back Office

**2025 год – добавлено 127 новых позиций:**

CFO
Chief Financial Controller Russia & CIS
Director of Operational Control & Financial Reporting
Deputy Commercial Director
Financial Analyst Group Head
Financial Modeling Group Head
Head of Automation and Transformation of Financial Processes
Head of Financial Analytics Group
Head of Liquidity and Treasury Department
IFRS Reporting Group Head
Operational Finance and Reporting Group Head
Deputy Chief Accountant
Head of Financial Control Department
Senior Finance Operations Accountant
Senior Financial Coordinator
Senior Treasury Accountant
Deputy Head of Chief Accountant
Senior Financial Manager
Treasury Manager
Finance Manager
Payroll Finance Manager
Finance Analyst
Finance Operations Supervisor
Senior Financial Documentation Specialist
IFRS Specialist

Investment Analyst
Financial Coordinator
Economist
Finance Operations Accountant
Treasury Accountant
Traffic Manager
Legal Director for Russia and CIS
Head of Corporate Secretariat
Head of Digital and Mobile Legal Group
Senior Legal Advisor
HRD Functional Divisions, New Verticals and Partnerships
Head of Employee Health Safety Group
Head of HR Budgets & Data Analytics Group
Head of Recruitment Team
Head of internal Coaching
Internal Communications and Employer Brand Group Head
Talent Acquisition and Recruitment Excellence Team Lead
Head of Internal Communication Group
Head of Department
Leading Recruitment Manager
Senior HR Admin Specialist
HR Project Manager
Recruitment Specialist
Documentation Specialist
Junior Documentation Specialist

Assistant Education Projects
Internal Communications Assistant
CTO for Digital Businesses
Chief Technology Officer
Technology Platforms Director
1C Project Lead
Head of 1C ERP Department
Head of 1C Platform Development
Head of 1C Support Service
Head of BI
Head of Digital Solutions and Org Development Department
Head of Frontend Developer Group
Head of Information Security
Head of System Infrastructure and Help-Desk Department
Lead Developer
IT Group Head
Group head BPM
1C Senior Programmer
Senior 1C Consultant
Senior 1C Programmer
Senior Desktop Administrator
Senior Programmer
Senior Web Analyst
Middle DevOps
Senior UX&UI Manager

# Тенденции в сегменте Back Office

Senior Technical Support Engineer
Senior Developer
Database Administrator
BI Developer
Technical Support Manager
User Support Manager
1C Programmer
Analyst-programmer 1C
Middle PHP Developer
Programmer-consultant 1C
UI UX Designer
Technical Support Engineer
Senior Help Desk Specialist
Backend Developer
Desktop Administrator
Developer
Frontend Developer
Help-Desk Specialist
Junior Help Desk Specialist
Information Security Administrator
LAN Administration
Junior Frontend Developer
CORE Services Director
Deputy CORE Services Director
Digital Operations Director

Chief Technical Officer
Head of Corporate Group
Head of Media Monitoring and Client Document Flow Support
Lead Media Controller
Head of DocFlow Group
Senior Advertising Marketing Specialist
Senior Digital Operations Manager
Senior Media Controller
Senior Media Coordinator
Senior Traffic Specialist
Head of Media Control Department
Client Operation and Strategy Lead
Digital Operations Manager
Group Supervisor
Document Workflow Coordinator
Media Controller
Traffic Specialist
Media Coordinator
Driver
Senior Mailroom Specialist
Senior KDP Specialist
Administration Manager
Personal Data Manager
Senior Night Security
IT Project Manager

1C Project Manager
Project Administrator

# Рост количества должностей в сегменте Back Office

2022 год: добавлено 15 должностей;

Общее количество должностей 2022 г = 79;

2023 год: добавлено 35 должностей;

Общее количество должностей 2023 г = 114;

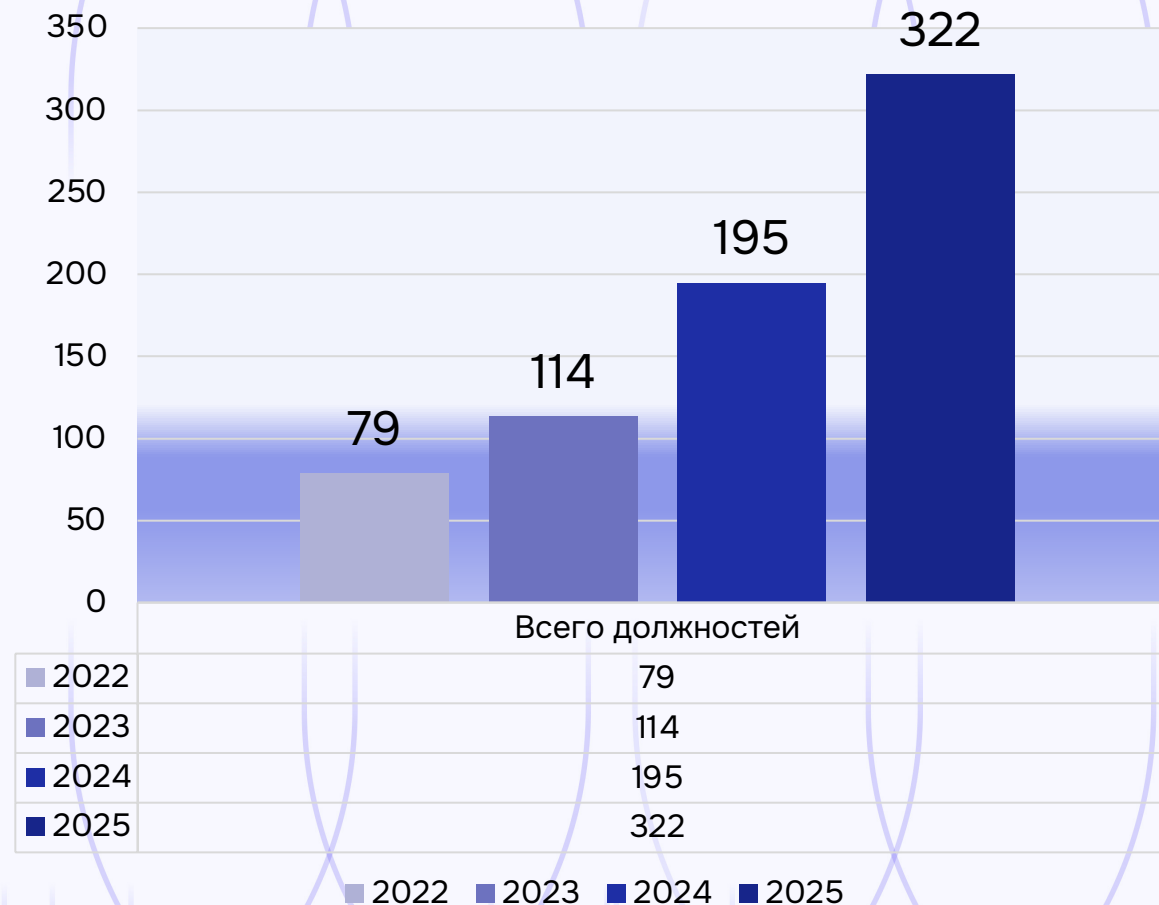
2024 год: добавлена 81 должность;

Общее количество должностей 2024 г = 195;

2025 год: добавлено 127 должностей;

Общее количество должностей 2025 г = 322.

Рост должностей в сегменте Back-Office



# Заключение

- Опыт проведения ежегодного Исследования функционала и доходов сотрудников рекламных агентств говорит о возрастающем интересе к теме регулярного и всестороннего HR исследования. За последние годы исследование сильно изменилось. Значительно увеличилось количество изучаемых должностей, изменился функционал, меняются доходы сотрудников рекламно-коммуникационной индустрии;
- Появились новые требования к Исследованию. Участники проекта, консультанты и клиенты хотят видеть всё более объёмную картину рынка, снабженную хорошей, доступной аналитикой;
- Важным фактором развития Исследования является его независимость и беспристрастность. АЦ РИР стремится максимально удовлетворить пожелания членов АКАР.

# Заключение

- Важным фактором стало появление новых разделов, сегментов и должностей. Мы развиваемся. Важнейший новый блок вопросов к обсуждению – где, как и когда искать персонал, каков сейчас профессиональный набор поиска, как он распределяется по времени и усилиям, что и в какой последовательности необходимо сделать, чтобы найти «правильных» кандидатов. Это, возможно, новые вопросы к Исследованию 2026 года;
- Еще одним важным моментом стало увеличение требований к анализу трендов на рынке доходов сотрудников рекламно-коммуникационного рынка. Поэтому в этом Исследовании мы подготовили сравнительные графики 2022-2025;
- Мы очень рады, что наше Исследование – нужное и существенное дополнение к успешной работе агентств – членов АКАР, а также хедхантеров, рекрутеров и других специалистов, наполняющих наш рекламный рынок новыми кадрами.

# Участие в исследовании

Исследование функционала и доходов сотрудников рекламных агентств ежегодно проводится Аналитическим Центром Российской индустрии рекламы (АЦ РИР). Это уникальный проект, много лет формирующий объективную оценку среднемесячных доходов сотрудников рекламно-коммуникационной отрасли по каждой должности в семи основных сегментах: Media, Marketing Services, Creative, Digital Media, Digital Creative, PR, Back office. Исследование проводится в формате анонимного опроса HR-специалистов, отвечающих за систему компенсаций: зарплаты, бонусы, выплаты. Они заполняют таблицы по сегментам, в которых агентство оказывает услуги, согласно методологии и дорожной карте.

Полная версия презентаций (отчетов) участникам исследования предоставляется бесплатно. Если вы не участвуете в исследовании, вы можете приобрести отчет/отчеты. По вопросам участия или покупки вы можете обратиться к старшему менеджеру Аналитического Центра, Никите Баркевичу, по почте: [n.barkevich@akarussia.ru](mailto:n.barkevich@akarussia.ru) и/или в telegram: [t.me/Nbarkevich](https://t.me/Nbarkevich)

Старт 12-й волны Исследования запланирован на июнь 2026 года, но лучше обратиться заранее, проконсультироваться и получить инструкции. Спасибо!

# Контакты



Аналитический центр  
Российской индустрии  
рекламы

РУКОВОДИТЕЛЬ АЦ РИР

Николай Васильев

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

СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР АЦ РИР

Никита Баркевич

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