



SALARY
SURVEY
2016



Sales & Marketing

Gentili clienti,
abbiamo il piacere di presentarvi i nuovi studi di retribuzione relativi all'anno 2015.

Michael Page, quale leader nella ricerca e selezione di personale, si posiziona come partner ideale per tutte quelle aziende che come noi vogliono investire nel talento e nelle competenze, garantendo trasparenza e oggettività lungo tutto il processo di selezione.

Avvalersi della collaborazione di risorse competenti e produttive è infatti l'asset fondamentale perchè un'azienda possa essere competitiva e raggiungere performance di livello, in un mercato sempre più sfidante.

In un ambiente in evoluzione e sempre più complesso, caratterizzato da cambiamenti economici e socio-demografici, le professioni si diversificano e caratterizzano attraverso maggiori competenze tecniche, una più alta specializzazione e l'internazionalizzazione dei profili.

L'obiettivo delle nostre salary survey è quello di fornire una visione accurata dei livelli retributivi dei profili più richiesti, fornendo un quadro aggiornato delle condizioni attuali del mercato, delle tendenze del lavoro e dei livelli dei salari nelle seguenti discipline:

Banking & Insurance • Finance • Engineering & Manufacturing • Consulting • Digital & New Media • Healthcare & Life Sciences • Human Resources • Procurement & Supply Chain • Property & Construction • Retail • Tax & Legal • Technology • Sales & Marketing

Grazie all'esperienza maturata in oltre 15 anni di attività, Michael Page Italia è in grado di agire come partner e consulente sia per i propri candidati che per i propri clienti .

Ringrazio tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questo studio e confido possiate trovarlo ricco di informazioni utili.

I nostri consulenti sono a disposizione per fornirvi ulteriori dettagli, o per approfondire vostre specifiche esigenze.

Cordialmente,

Tomaso Mainini
Managing Director
Michael Page

MICHAEL PAGE

Michael Page è una tra le più importanti società a livello europeo e mondiale nella ricerca e selezione di personale specializzato, con un know-how d'eccellenza nell'ambito del "middle e top management" per i settori Banking e Insurance, Finance, Consulting, Engineering & Manufacturing, Green Business, Digital & New Media, Healthcare & Life Sciences, Human Resources, Procurement & Supply Chain, Property & Construction, Retail, Tax & Legal, Technology, Sales & Marketing.

Da oltre 30 anni offre ai clienti soluzioni innovative e personalizzate per il recruitment dei migliori talenti sul mercato, sia per incarichi a tempo indeterminato sia per posizioni a tempo determinato.

Nato nel 1976 e quotato alla Borsa di Londra, il Gruppo è oggi presente in 34 Paesi tra Europa, Asia-Pacifico, America del Nord, America del Sud e Africa.

Il successo delle nostre missioni dipende essenzialmente dal nostro metodo d'approccio. In un contesto complesso, c'è bisogno di una relazione privilegiata, di contatti diretti e di consigli ad alto valore aggiunto. E' dunque essenziale creare delle équipes specializzate per rispondere in maniera rapida e pertinente ai bisogni dei clienti e dei candidati. L'esperienza settoriale conferma la volontà da parte di Michael Page di portare alle aziende risposte rapide, adatte alla diversità dei loro bisogni e delle loro problematiche, stabilendo così una vera e propria partnership con il cliente.

PAGEGROUP IN ITALIA

In Italia, Michael Page è presente dal 1997 con 5 sedi: Milano, Roma, Torino, Bologna e Padova.

Ad oggi siamo così organizzati:

- Page Executive, divisione di Michael Page specializzata in head hunting, per figure dirigenziali a livello di comitato esecutivo. Con un approccio flessibile e dinamico strutturato per settore, Page Executive offre un servizio focalizzato alla soddisfazione del cliente grazie alla comprovata esperienza nella ricerca e selezione di dirigenti per inserimenti permanent e temporary.
- Michael Page, divisione focalizzata in ricerca e selezione per posizioni di middle e top management. Con più di 35 anni di esperienza in servizi di selezione specializzata.
- Michael Page Interim Management, specializzata nell'offerta di soluzioni di Temporary Management o a termine, tramite l'individuazione di profili middle & top.

INDICE

1. NOTE PRELIMINARI	6
2. FUNZIONI	
Direttore Commerciale	10
Direttore Vendite	11
Area Manager	12
Key Account Manager	13
Sales Engineer/Tecnico Commerciale	14
Direttore Commerciale Estero	15
Export Area Manager	16
Direttore Comunicazione	17
Trade Marketing Manager	18
Direttore Marketing	19
Marketing Manager	20
Brand Manager/Product Manager	21
3. I NOSTRI UFFICI.....	22

1. NOTE PRELIMINARI

Michael Page Retail è la divisione del gruppo Michael Page, leader in Italia nella ricerca e selezione di personale specializzato, con un know-how d'eccellenza nell'ambito del "middle e top management" per posizioni di vendita e marketing.

Nata in Italia nel 1997 ha giocato sin dai primi anni un ruolo d'eccellenza nell'interpretare insieme ai propri clienti le loro esigenze selezionando e proponendo le migliori professionalità e giocando un ruolo proattivo nel disegno delle professionalità del futuro.

Questo studio di retribuzione si basa sui dati forniti dai consulenti della Divisione Retail specializzati nella grande distribuzione, lusso, pronto moda e hotellerie.

La professionalità dei nostri consulenti, valorizzata da esperienze lavorative nelle specifiche funzioni, ci permette di accompagnare i clienti lungo tutto il processo di selezione con la garanzia di un intervento di qualità, deontologicamente e giuridicamente corretto come richiesto dal gruppo Michael Page e dalla legislazione vigente.

La divisione Sales & Marketing, al fine di proporre soluzioni adeguate per ogni missione, si avvale di metodi complementari di ricerca:

- un network di 210.000 candidati presenti nel database che sono stati incontrati in 15 anni di attività dai nostri consulenti;
- uno spazio dedicato ai manager interessati a valutare nuove opportunità sul sito www.michaelpage.it;
- annunci di grande visibilità sulla stampa e sui maggiori siti europei per l'impiego;
- contatto diretto dei candidati attraverso l'Head Hunting.

L'utilizzo di tutti gli strumenti, o di una parte di essi secondo il profilo ricercato, ha consentito di portare a buon fine oltre 300 missioni nel 2008.

Questo studio è il frutto del lavoro quotidiano dei consulenti della divisione Retail e, nello specifico della valutazione delle candidature incontrate ogni mese, oggetto di un'approfondita analisi dei percorsi, delle aspirazioni e delle condizioni economiche dei candidati. Per ogni ruolo abbiamo preso in considerazione le tendenze del mercato oltre alle possibili evoluzioni di carriera. Le retribuzioni vengono presentate secondo un importo minimo e massimo comprendendo la parte variabile non considerando benefit quali alloggio, auto aziendale e stock options.

Ci auguriamo che possiate trovare in questo documento informazioni utili che unite alla vostra conoscenza Vi permetterà di prendere le migliori decisioni per la Vostra azienda.

Non esitate a contattarci per i vostri commenti o eventuali chiarimenti.

Buona Lettura!

Note relative alle tabelle retributive:

- RAL = Retribuzione Annua Lorda
- Le retribuzioni riportate nelle tabelle retributive sono da considerarsi in Euro



DIRETTORE COMMERCIALE

Il Direttore Commerciale, riportando al Direttore Generale o all'Amministratore Delegato, partecipa alla definizione delle strategie con il comitato di direzione ed è responsabile dei risultati di fatturato e margine.

Il ruolo richiede l'aver maturato esperienza pregressa in realtà multinazionali o italiane strutturate unite alla capacità di interpretare i feedback ricevuti dalla forza vendite in strategie commerciali/marketing per massimizzare fatturato e margini.

La posizione, nelle realtà più strutturate ed articolate, ha la responsabilità delle vendite, del marketing e della comunicazione.

Le maggiori responsabilità del Direttore Commerciale sono:

- definire ed implementare la strategia aziendale in accordo con il Comitato di Direzione;
- implementare con il Direttore Vendite la strategia commerciale;
- definire insieme alla Direzione Marketing il piano marketing;
- definire la strategia di comunicazione di lungo periodo;
- raggiungere gli obiettivi di fatturato e margine;
- motivare il proprio team garantendone una continua formazione.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la Direzione Commerciale in aziende che sviluppano fatturati maggiori o posizioni di Direzione Generale

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
DIRETTORE COMMERCIALE	10 - 15 anni	90.000	130.000
	15 - 20 anni	130.000	160.000
	≥ 20 anni	160.000	≥ 160.000

DIRETTORE VENDITE

Il Direttore Vendite, riportando al Direttore Commerciale, collabora nella stesura del budget in funzione delle aree geografiche, dei clienti e dei canali di vendita ed è responsabile del raggiungimento degli obiettivi di fatturato.

Il ruolo richiede l'aver maturato una solida esperienza commerciale diversificata per aree geografiche/canale di vendita/tipologia di clienti e gestione di uomini unite a capacità di analisi e sintesi.

Le maggiori responsabilità sono:

- definire il budget di vendita in funzione delle aree e dei clienti;
- raggiungere gli obiettivi di fatturato assegnati e condivisi con il Direttore Commerciale;
- implementare la strategia commerciale attraverso una costante presenza sul territorio;
- motivare e selezionare la struttura commerciale garantendone una continua formazione.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la Direzione Vendite in aziende che sviluppano fatturati maggiori (nelle società più snelle la figura riporta direttamente alla Direzione Generale) o la Direzione Commerciale.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
DIRETTORE VENDITE	10 - 15 anni	70.000	85.000
	15 - 20 anni	85.000	100.000
	≥ 20 anni	100.000	≥ 120.000

AREA MANAGER

L'Area Manager, riportando al Direttore Vendite, ha la responsabilità di raggiungere l'obiettivo di fatturato condiviso con il Direttore Vendite attraverso la gestione operativa del territorio/canale/clienti assegnati.

E' la figura in azienda che avendo un'approfondita conoscenza del territorio gestito unite ad una esperienza lavorativa superiore ai 4/5 anni ha la capacità di interpretare i segnali di mercato dando indicazioni precise e puntuali alla direzione vendite sui trend futuri. Il ruolo richiede l'aver maturato una solida esperienza commerciale diversificata per aree geografiche/canale unite alla capacità di motivare la forza commerciale.

Le maggiori responsabilità sono:

- raggiungere il budget di vendita attraverso la gestione della rete di vendita (Key Account/Agenti);
- motivare e selezionare la struttura commerciale garantendone una continua formazione;
- attuare la politica commerciale, seguendo le linee guida dell'azienda, e sviluppare i Key customers;
- monitorare il mercato individuando nuove opportunità di business e riportando alla Direzione Vendite i trend di mercato.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la gestione di un'area commerciale in aziende che sviluppano fatturati maggiori o la Direzione Vendite.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
AREA MANAGER	3 - 10 anni	45.000	60.000
	10 - 15 anni	60.000	70.000
	≥ 15 anni	70.000	85.000

KEY ACCOUNT MANAGER

Il Key Account Manager, riportando all'Area Manager o al Direttore Vendite, ha la responsabilità di raggiungere l'obiettivo di fatturato/volume/prospect attraverso la gestione dei clienti e delle aree geografiche assegnate.

Il ruolo richiede capacità di lavorare per obiettivi unite a forti doti relazionali e commerciali.

Le maggiori responsabilità sono:

- raggiungere il budget di vendita attraverso la gestione dei clienti consolidati e prospect;
- attuare la politica commerciale seguendo le linee guida dell'azienda e sviluppare i Key customers;
- monitorare il mercato individuando nuove opportunità di business e riportando le informazioni all'area manager.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono svolgere la medesima funzione in aziende che sviluppano fatturati maggiori o la posizione di Area Manager a seconda del tipo di settore/canale distributivo nel quale lavora la persona e delle caratteristiche personali.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
KEY ACCOUNT MANAGER	3 - 5 anni	35.000	50.000
	5 - 10 anni	50.000	70.000
	≥ 10 anni	70.000	90.000

SALES ENGINEER/TECNICO COMMERCIALE

Il Sales Engineer/Tecnico Commerciale riportando all'Area Manager o alla Direzione Vendite ha la responsabilità di raggiungere l'obiettivo di fatturato assegnato attraverso la gestione dei clienti e delle aree geografiche prestabilite.

Il ruolo richiede una solida preparazione tecnica nel settore di riferimento unite a forti e comprovate doti commerciali.

Le maggiori responsabilità sono:

- raggiungere il budget di vendita attraverso la gestione dei clienti consolidati e prospect;
- attuare la politica commerciale seguendo le linee guida dell'azienda e sviluppare i key customers;
- supportare i clienti nell'individuazione delle soluzioni idonee alle loro esigenze;
- monitorare il mercato individuando nuove opportunità di business e riportando all'Area Manager i feedback dal mercato.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono svolgere la medesima funzione in aziende che sviluppano fatturati maggiori o la posizione di Area Manager a seconda del tipo di settore/canale distributivo nel quale lavora la persona e delle caratteristiche personali.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
SALES ENGINEER/ TECNICO COMMERCIALE	3 - 5 anni	35.000	50.000
	5 - 10 anni	50.000	70.000
	≥ 10 anni	NS*	NS*

*NS = non significativo

DIRETTORE COMMERCIALE ESTERO

Il Direttore Commerciale Estero, presente nelle società con Head Quarter in Italia, riportando al Direttore Generale o all'Amministratore Delegato partecipa alla definizione delle strategie aziendali con il comitato di direzione ed è responsabile dei risultati di fatturato e margine in sinergia con il Direttore Commerciale Italia.

Il ruolo richiede l'aver maturato esperienza estera di notevole spessore su diversi mercati.

Le maggiori responsabilità sono:

- definire ed implementare la strategia aziendale estera in accordo con il Comitato di Direzione;
- implementare la strategia commerciale sui mercati mondiali attraverso la gestione della struttura commerciale;
- definire insieme alla Direzione Commerciale e Marketing Italia le politiche di vendita e di posizionamento dei prodotti/servizi offerti;
- raggiungere gli obiettivi di fatturato e margine;
- motivare la struttura commerciale garantendone una continua formazione.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni sono nella funzione di Direttore Commerciale.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
DIRETTORE COMMERCIALE ESTERO	10 - 15 anni	90.000	130.000
	15 - 20 anni	130.000	160.000
	≥ 20 anni	160.000	≥ 160.000

EXPORT AREA MANAGER

L'Export Area Manager riportando al Direttore Export, o alla Direzione Generale nelle società più snelle, ha la responsabilità di raggiungere l'obiettivo di fatturato assegnato nelle aree di sua competenza.

E' la figura in azienda che ha l'approfondita conoscenza di territorio e mercato il che, unite ad una esperienza lavorativa superiore ai 4/5 anni, gli permette di interpretare i segnali di mercato dando indicazioni precise e puntuali sui trend futuri alla Direzione.

Il ruolo richiede la conoscenza di almeno una lingua straniera e una solida esperienza commerciale a livello internazionale.

Le maggiori responsabilità sono:

- raggiungere il budget di vendita attraverso la gestione dei paesi di propria responsabilità;
- sviluppare partnership a livello locale permettendo lo sviluppo mondiale della società;
- formare, supportare e motivare la struttura commerciale garantendone una continua formazione;
- attuare la politica commerciale, seguendo le linee guida dell'azienda, sviluppare i Key customers;
- monitorare il mercato internazionale individuando nuove opportunità di business e riportando alla Direzione le indicazioni necessarie allo sviluppo dell'azienda.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la gestione di un'area commerciale in aziende che sviluppano fatturati maggiori o la Direzione Commerciale Estero.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
EXPORT AREA MANAGER	5 - 10 anni	45.000	70.000
	10 - 15 anni	70.000	80.000
	≥ 15 anni	80.000	90.000

DIRETTORE COMUNICAZIONE

Il Direttore Comunicazione riportando al Direttore Commerciale o al Direttore Generale/ Amministratore Delegato ha la responsabilità dell'immagine dell'azienda e del posizionamento dei prodotti/servizi.

E' responsabile insieme al Direttore Marketing e Commerciale dei risultati operativi dell'azienda. Il ruolo richiede l'aver maturato esperienza pregressa in realtà multinazionali o italiane strutturate con esperienza legate al mondo dei media e delle relazioni pubbliche.

Le maggiori responsabilità sono:

- definire ed implementare la strategia di comunicazione a livello corporate;
- definire in accordo con la Direzione Marketing l'allocazione dei budget media;
- gestire la Divisione Comunicazione ed il team dedicato;
- rappresentare l'Azienda in occasioni ufficiali..

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono ruoli di responsabilità nella divisione Commerciale o Marketing, in alternativa ricoprire posizioni all'interno di consigli di amministrazione in aziende con forte esposizione verso investitori.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
DIRETTORE COMUNICAZIONE	10 - 15 anni	90.000	120.000
	15 - 20 anni	120.000	150.000
	≥ 20 anni	150.000	≥ 150.000

TRADE MARKETING MANAGER

Il Trade Marketing Manager inserito nella Direzione Sales&Marketing ha la responsabilità della definizione della strategia aziendale per canale distributivo e dell'implementazione delle attività di marketing operativo come in store promotion etc.

Condivide con la Direzione Commerciale & Marketing gli obiettivi di fatturato. Il ruolo richiede l'aver maturato esperienza pregressa in realtà multinazionali o italiane strutturate con esperienza e legate al mondo delle vendite e del marketing.

Le maggiori responsabilità sono:

- definire a livello strategico le politiche di trade marketing per i canali gestiti;
- sviluppare le attività di marketing operativo sul territorio assegnato attraverso la gestione del budget di trade marketing;
- monitorare gli scostamenti dal budget e monitorare i risultati delle promozioni;
- raggiungere gli obiettivi di fatturato.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono posizioni in area commerciale con la gestione di Top Customer.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
TRADE MARKETING MANAGER	3 - 5 anni	40.000	50.000
	5 - 10 anni	50.000	70.000
	≥ 10 anni	NS*	NS*

*NS = non significativo

DIRETTORE MARKETING

Il Direttore Marketing, riportando nelle strutture più complesse al Direttore Commerciale o al Direttore Generale, è parte del comitato di direzione ed è responsabile dell'immagine dell'azienda e della market share unitamente alla condivisione con la Direzione Commerciale dei risultati di fatturato e margine.

Il ruolo richiede l'aver maturato un'esperienza pregressa in realtà multinazionali ed una profonda conoscenza delle logiche di mercato nel quale si opera per tipo di canale e prodotto.

Le maggiori responsabilità sono:

- definire la strategia marketing in accordo con il Comitato di Direzione;
- definire in accordo con la comunicazione la strategia media;
- garantire gli obiettivi di market share e di profittabilità;
- motivare la struttura marketing garantendone una continua formazione.

Evoluzione

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la Direzione Commerciale o la Direzione Generale.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
DIRETTORE MARKETING	10 - 15 anni	90.000	120.000
	15 - 20 anni	120.000	150.000
	≥ 20 anni	150.000	≥ 150.000

MARKETING MANAGER

Il Marketing Manager, riportando al Direttore Marketing o al Direttore Commerciale nelle strutture più snelle, ha la responsabilità di uno o più segmenti di mercato/ prodotto.

Il ruolo richiede l'aver maturato una solida esperienza nella gestione di più brand/ prodotti.

Le maggiori responsabilità sono:

- garantire la corretta implementazione del piano marketing;
- avere la responsabilità diretta del budget promo/pubblicitario;
- garantire gli obiettivi di market share e di profittabilità;
- motivare la struttura marketing garantendone una continua formazione.

Evoluzione

La possibile evoluzione del ruolo è la Direzione Marketing.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
MARKETING MANAGER	7 - 12 anni	55.000	70.000
	12 - 15 anni	70.000	80.000
	≥ 15 anni	80.000	NS*

*NS = non significativo

BRAND MANAGER/PRODUCT MANAGER

Il Brand Manager/Product Manager, riportando al Marketing Manager o al Direttore Marketing, nelle strutture più snelle ha la responsabilità di un brand o di un singolo prodotto.

La rilevanza del ruolo all'interno dell'organigramma dipende dal peso dei brand gestiti. Il ruolo richiede capacità di interagire con le diverse funzioni aziendali dalla ricerca e sviluppo, alla logistica, alle vendite con una sensibilità particolare sui trend di mercato.

Le maggiori responsabilità sono:

- garantire la corretta implementazione dei piani marketing ed il raggiungimento degli obiettivi quanti/qualitativi;
- gestire le leve di marketing (prodotto, promozioni, prezzo, distribuzione, pubblicità);
- interpretare ed analizzare i dati di mercato;
- mantenere i rapporti con la ricerca e sviluppo e con la struttura internazionale.

Evoluzione

La possibile evoluzione del ruolo è la posizione di Marketing Manager o la gestione di categorie più complesse che sviluppino fatturati maggiori.

Studio retributivo in base agli anni di esperienza

Ruolo	esperienza	RAL Min	RAL Max
BRAND MANAGER/ PRODUCT MANAGER	3 - 5 anni	35.000	45.000
	5 - 10 anni	45.000	50.000
	≥ 10 anni	50.000	NS*

*NS = non significativo

3. I NOSTRI UFFICI

Sede di Milano

Via Spadari, 1 - 20123 Milano

Tel: +39 02 806 800 1

Fax: +39 02 806 800 277

Sede di Roma

Via Arcangelo Corelli 10 - 00198 Roma

Tel: +39 06 853 770 1

Fax: +39 06 85 40 850

Sede di Torino

Via G. Botero, 18 - 10122 Torino

Tel: +39 011 55 70 555

Fax: +39 011 55 70 580

Sede di Bologna

Via Calzolerie, 2 - 40125 Bologna

Tel: +39 051 092 3091

Fax: +39 051 092 3087

Sede di Padova

Via Cesare Battisti, 3 - 35121 Padova

Tel: +39 049 7844 101

Fax: +39 049 7844 106



Part of
PageGroup