

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: luiza_nowicka@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa

Warszawa, 24.02.2022 r.

PARP przedstawi wnioski z badania w sektorze komunikacji marketingowej

Sektor komunikacji marketingowej sprostał wyzwaniom obecnej, trudnej sytuacji na rynku. W ciągu ostatnich dwóch lat ponad 60% przedsiębiorstw z tego obszaru odnotowało zysk. Pandemia pogłębiła wcześniejsze tendencje związane z cyfryzacją sektora. Komunikacja w mediach tradycyjnych wyraźnie traci na znaczeniu, natomiast rośnie zapotrzebowanie na kompetencje cyfrowe i znaczenie komunikacji H2H (human to human). PARP prezentuje raport z badań sektora oraz zaprasza na spotkanie online i dyskusję na temat kierunków rozwoju branży.

Bilans Kapitału Ludzkiego, w ramach którego prowadzone były badania sektora komunikacji marketingowej, to unikatowy w skali Polski i Europy projekt monitorujący zapotrzebowanie na kompetencje na rynku pracy, realizowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Jagielloński od 2009 r.

10 marca 2022 r. odbędzie się drugi z cyklu „Branżowe czwartki” webinar, podczas którego zostaną zaprezentowane wyniki badania – tym razem dotyczące sektora komunikacji marketingowej. Spotkanie online jest dedykowane przedsiębiorcom, pracownikom, przedstawicielom instytucji edukacyjnych, administracji publicznej, ekspertom oraz analitykom.

Wnioski z badania

Eksperci oceniają, że branża komunikacji marketingowej wypadła dobrze na tle innych obszarów rynku. Aż 62 proc. przedsiębiorstw zanotowało w ostatnich dwóch latach zysk, a 60 proc. firm wprowadziło nowe lub ulepszone usługi, systemy oraz produkty. Wśród pozytywnych skutków pandemii pracodawcy wymieniali zmniejszenie kosztów utrzymania firmy (12 proc.), skrócenie łańcucha dostaw (12 proc.), poszerzenie oferty (11 proc.), pozyskanie nowych klientów i zwiększenie ich liczby (odpowiednio 10 proc. i 7 proc.).

Nie wszystkim firmom wiodło się jednak równie dobrze. W badaniu ponad 59 proc. przedsiębiorców zadeklarowało spadek zamówień, 46 proc. skarżyło się na zachwianie płynności finansowej, a 28 proc. wskazało na wstrzymanie lub ograniczenie ważnych inwestycji. Braków

kadrowych wynikających z przebywania pracowników na kwarantannie lub pełnienia opieki nad dziećmi doświadczyło 25 proc. badanych firm.

W poprzednim roku odnotowano największe zapotrzebowanie na grafików, twórców treści, specjalistów ds. digital oraz account managerów. Połowa przedsiębiorstw, która otworzyła rekrutację, miała problem ze znalezieniem odpowiednich kandydatów.

Sytuacja pracowników

95 proc. zatrudnionych w sektorze marketingu deklaruje zadowolenie ze swojej aktualnej pracy i nie zamierza jej w najbliższym roku zmieniać. Ekspertsi prognozują, że w najbliższych latach nie pojawią się nowe stanowiska pracy w branży. Przewidują jednak spadek zapotrzebowania na stanowiska związane z mediami tradycyjnymi. Wynika to ze wzrostu znaczenia kanałów online w komunikacji marketingowej.

Najbardziej docenianym przez wszystkich pracowników motywatorem są premie. W następnej kolejności młodzi pracownicy wskazują elastyczny czas pracy oraz możliwość pracy zdalnej, jako najbardziej pożądane benefity. Ważne jest dla nich również dofinansowanie do szkoleń i kursów podnoszących kompetencje. Osoby z większym stażem (10 lat i więcej) szczególnie doceniają możliwości pracy zdalnej i dobrze zorganizowane stanowisko pracy.

Prognozy dla branży marketingu

Ekspertsi są zgodni, że w nieodległej przyszłości sektor komunikacji marketingowej czeka wiele zmian. Przewidują między innymi, że nastąpi zmiana sposobu rozliczania efektywności kampanii i pracowników, algorytmizacja treści, wzrost znaczenia komunikacji H2H (Human To Human), a w szczególności komunikacji 3E, na którą składa się empatia (empathy), zaangażowanie (engagement) oraz edukacja (education). W wyniku rosnącej świadomości odbiorców nastąpi przewartościowanie kryteriów sukcesu podmiotów działających w sektorze – równie ważne jak wyniki finansowe stanie się działanie zgodne z etyką i zasadami zrównoważonego rozwoju.

Gdzie po więcej informacji?

Szczegóły dotyczące cyklu webinarium „Branżowe czwartki”, w tym formularz zapisu na poszczególne wydarzenia, znajdują się na stronie internetowej PARP pod adresem:

<https://www.parp.gov.pl/component/site/site/wydarzenia-bkl>.



Branżowy Bilans
Kapitału Ludzkiego II



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój



Rzeczpospolita
Polska



PARP
Grupa PFR

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

