Salarii in criza: Head-hunterii: Unii executivi de top din FMCG au depasit bancherii la salarii

Delia Oniga **28.06.2009**

Top managerii din FMCG - cu exceptia celor care ocupa pozitii de CEO sau director general - au ajuns sa ia locul bancherilor in ceea ce priveste valoarea pachetului salarial, pe fondul scaderii bonusurilor in randul angajatilor din banci. Pachetele salariale pe care le primesc managerii de top din FMCG, in care sunt incluse si comisioanele si bonusurile, ajung pana la 10.000 de euro.

"In momentul de fata domeniul in care regasim cel mai bine platiti top manageri este cel al FMCG-ului, deoarece produsele de larg consum reprezinta un sector care se dezvolta, chiar si in plina criza economica", spune Daniela Necefor, managing partner in cadrul companiei de executive search Total Business Solutions (TBS). Departamentele cel mai bine remunerate din FMCG sunt cele de vanzari, marketing si financiar contabil, exceptie facand companiile care comercializeaza produse electrice si electrocasnice, unde salariile nu sunt atat de mari.

In opinia lui Necefor, bancherii au trecut pe locul doi in topul celor mai bine platiti top manageri, intrucat bonusurile acestora s-au redus simtitor in acest an pe fondul crizei economice. Desi salariile de baza din cele doua domenii nu sunt cu mult diferite, variind intre 2.500 si 7.000 de euro, comisioanele si bonusurile sunt mai mici in cazul bancherilor, lucru care afecteaza veniturile totale. Astfel, pentru top managerii de pe piata bunurilor de larg consum se poate ajunge la pachete de pana la 10.000 de euro, daca sunt incluse si comisioanele.

Salariile au rămas pe loc, dar au scăzut bonusurile

Poziție	Salariu net (euro)
CFO	5.000
Director de vânzări	4.500
Director marketing	3.500
Director HR	3.500
Director operațiuni	3.500
Director logistică	3.000

SURSA: **Advice HR**

Pe de alta parte, in domeniul bancar bonusurile variaza foarte mult, in functie de tara de provenienta a bancii si de cat de afectata a fost aceasta in exterior. De asemenea, Cristina Fedorovici, senior consultant in cadrul companiei de executive search Advice HR, este de parere ca salariile s-au mentinut constante in ambele domenii. "In domenii precum FMCG si bancar, salariile s-au mentinut constante. Maximul la care se poate ajunge este situat undeva in jurul valorilor de 4.500 euro in randul directorilor de vanzari, 5.000 de euro pentru un CFO si 3.500 pentru un director de marketing, HR sau de operatiuni", spune Fedorovici.

Diferenta dintre acestia consta in procentajele care deriva din bonusuri, un clasament care sa-i diferentieze din punctul de vedere al pachetului salarial fiind greu de realizat.

"In mod automat, un director de vanzari va avea un bonus mai mare in functie de vanzari, lucru care il diferentiaza clar de un director de marketing sau de un CFO, care nu au targete clare si specifice, cum sunt in cazul unui director de vanzari", explica managing directorul TBS.

In cazul departamentelor de marketing si financiar, target-urile nu sunt direct palpabile, ci sunt in general performante definite prin dead-line-uri, incasari sau prin valoarea costurilor economisite.

Daca situatia economica actuala nu se va schimba in termen scurt, probabil vom asista la o descrestere

temporara a salariilor din marketing. In schimb, odata cu iesirea din criza, acestea ar putea reveni in forta.
"In acest moment se merge pe investitii mici in advertising, dar odata ce se va intra intr-o oarecare normalitate, fiecare companie va urmari sa revina in prim-plan", apreciaza Necefor.
Pe de alta parte, in continuare foarte bine platiti sunt angajatii din domeniul vanzarilor, pentru ca ei sunt cei care aduc banii in companie.
"Cand vorbim de directori de vanzari, vorbim de pachete salariale care pot varia in functie de marimea companiei in care activeaza, de portofoliul de clienti al companiei, dar si de abilitatea persoanei de a creste numarul clientilor", spune Fedorovici.
Marimea salariului este direct proportionala cu numarul responsabilitatilor avute si cu numarul persoanelor care sunt in subordine.

Multe dintre posturile intermediare, desfiintate

Ca strategie de criza, unele companii de pe plan local au redimensionat pozitiile din departamentele de vanzari sau marketing, adaugand responsabilitati in plus unor angajati, posturile intermediare fiind desfiintate. In acest fel, chiar daca in industrii precum automotive, constructii sau real estate, salariile si bonusurile angajatilor au scazut simtitor la toate nivelurile ierarhice, preluarea mai multor responsabilitati a avut un impact si asupra veniturilor.
"Multe companii au ales ca strategie pentru depasirea crizei sa desfiinteze anumite posturi intermediare si sa aloce mai multe responsabilitati angajatilor ramasi din departament, astfel incat activitatea sa mearga bine in continuare, iar angajatii sa ramana pe aceleasi salarii sau chiar salarii mai mari", spune Fedorovici.
De asemenea, in companiile in care exista un numar mare de sucursale sau puncte de lucru, un branch manager are acum in subordine doua sau chiar mai multe sucursale.
"Am vorbit chiar de curand cu un director de vanzari din industria materialelor de constructii care imi spunea ca in compania lui s-au desfiintat cele patru posturi de area sales manager, iar atributiile ce le reveneau acestora s-au impartit, in functie de complexitatea lor, reprezentantilor de vanzari, care erau in directa subordine a area sales managerilor si directorului de vanzari, care superviza activitatea acestora", conchide Fedorovici.