

Na jakich stanowiskach w handlu zarabia się najlepiej? [TABELA WYNAGRODZEŃ]

data aktualizacji: 2020.01.17



90 proc. firm z branży sprzedaży detalicznej planuje zatrudnić nowych pracowników w 2020 r. Jednak aż 88 proc. firm z branży spodziewa się trudności w pozyskiwaniu pracowników - głównym powodem jest niedobór odpowiednich kandydatów na rynku. Co ciekawe - jak wynika z raportu Hays Poland 52 proc. pracowników branży rozważa zmianę pracy w perspektywie 2020 roku.

Aspekty, które firmy z branży retail wymieniają jako najbardziej pomocne w pozyskiwaniu pracowników, to możliwości rozwoju kariery (54 proc.), rozpoznawalność firmy (50 proc.) oraz praca pełna wyzwań (48 proc.). Najważniejsze świadczenia dodatkowe dla pracowników branży to opieka medyczna w rozszerzonym wariantcie, samochód służbowy oraz możliwości pracy elastycznej.

RETAIL-WYNAGRODZENIA

STANOWISKO	MIN*	OPT**	MAX*
Dyrektor Sprzedaży/ Operacyjny	20 000	25 000	40 000
Dyrektor Kolekcji/ Zakupów (branza odzieżowa)	15 000	20 000	25 000
Konstruktor Odzieży	7 000	8 500	10 000
Technolog Odzieży	6 000	7 000	9 000
Kierownik ds. Sprzedaży Detalicznej	15 000	18 000	25 000
Kierownik Marki/ Produktu	13 000	18 000	25 000
Kierownik ds. Planowania Asortymentu	13 000	17 000	20 000
Dyrektor Marketu (hipermarkety)	9 000	15 000	20 000
Kierownik e-Commerce	12 000	15 000	20 000
Kierownik Marketingu Internetowego	12 000	15 000	20 000
Regionalny Kierownik Sprzedaży	8 000	13 000	17 000
Kierownik Visual Merchandisingu	7 000	12 000	14 000
Kierownik Marketingu i PR	10 000	12 000	16 000
Kierownik ds. CRM	9 000	12 000	15 000
Kierownik ds. Social Media	8 000	10 000	12 000
Analitik e-Commerce	8 500	10 000	14 000
Specjalista ds. Marketingu Internetowego	7 000	8 000	10 000
Specjalista ds. e-Commerce	7 000	8 000	9 000
Kupiec (branza odzieżowa)	6 500	8 000	10 000
Specjalista CRM	6 000	7 000	9 000
Specjalista SEM/ SEO	6 000	7 000	9 000
Projektant Odzieży	6 000	7 000	9 000
Alokator/ Specjalista ds. Planowania Asortymentu	5 000	6 500	8 500
Kierownik Sklepu (branza odzieżowa)	4 500	5 500	9 000
Zastępca Kierownika Sklepu (branza odzieżowa)	3 000	4 200	4 500
Sprzedawca (branza odzieżowa)	2 600	3 200	3 500
Digital Graphic Designer	6 500	7 000	9 000
UX Designer/ Web Designer	8 000	10 000	14 000

* Miesięczne wynagrodzenie PLN brutto na danym stanowisku (pełen etat)

** Najczęściej oferowane wynagrodzenie na danym stanowisku

Dane do raportu płacowego zostały uzyskane na podstawie rekrutacji przeprowadzonych przez Hays Poland w 2019 r.

Eksperti firmy Hays Poland podkreślają, że technologia nieustannie zmienia sposoby angażowania klientów w proces zakupu. Sprzedawcy detaliczni coraz chętniej inwestują więc w hiperpersonalizację i głęboką sprzedaż. Wiedzą, że doświadczenia i doznania zakupowe klientów już teraz mają niejednokrotnie większe znaczenie niż chęć posiadania. Dla pracodawców oznacza to jednak wyzwanie dopasowania się do nowych potrzeb i warunków.

Rynek e-Commerce w Polsce stale rośnie, a sklepy internetowe bez wątpienia przeniosły proces zakupowy na inny poziom. Wszechobecna dostępność i możliwość dokonania zakupu z każdego miejsca i o dowolnej porze wpłynęły na wygodę i oszczędność czasu, ale też zrewolucjonizowały podejście konsumentów i właścicieli firm, którzy wcześniej stawiali na tradycyjną sprzedaż. W konsekwencji popularność zdobywają dwa schematy zakupów, z którymi mierzy się sprzedaż detaliczna.

Jak wyjaśniają eksperci Hays Poland pierwszy to efekt odwróconego ROPO (research offline, purchase online) – klient poszukuje informacji i bezpośredniego kontaktu z produktem w sklepie stacjonarnym, ale kupuje go w sieci. Drugi to SOPO (see offline, purchase online) lub showrooming w przypadku odzieży, biżuterii i dodatków, gdzie celem wizyty w sklepie stacjonarnym jest tylko przemierzenie lub zobaczenie produktu. W salonach stacjonarnych podejmowane są więc wysiłki zachęcające klienta do zakupu.

Miejsca sprzedaży zmieniają swój wygląd i charakter – pojawia się więcej małych, wyspecjalizowanych salonów i showroomsów. Sklepy oferują też innowacyjne rozwiązania, np. zautomatyzowane punkty odbioru zamówień oraz elektroniczne metki. Postępująca od kilku lat potrzeba personalizacji w zakupach przekłada się też na coraz powszechniej spotykaną tzw. głęboką sprzedaż detaliczną (deep retail). Wykorzystanie dogłębnej wiedzy o klientach umożliwia sprzedawcom nie tylko oferowanie dedykowanych produktów i usług, ale także tworzenie spersonalizowanych przekazów i doświadczeń zakupowych.

Nadchodzące możliwości w personalizacji pozwolą analizować w czasie rzeczywistym dane behawioralne, a także preferencje zakupowe, aby dokładnie określić, czego rzeczywiście potrzebuje klient. Hiperpersonalizacja to kolejny trend, który będzie zyskiwał na popularności. Pozycja negocjacyjna kandydatów w branży sprzedaży detalicznej pozostaje bardzo silna.

Firmy cały czas mierzą się z trudnościami w rekrutacji i zatrzymaniu pracowników na stanowiskach związanych z obsługą klienta. Spadające bezrobocie i niedobór pracowników powodują, że wynagrodzenia sukcesywnie rosną. Firmy oferują również coraz bogatsze pakiety świadczeń pozapłacowych. Część pracodawców zaczyna przygotowywać się do zmiany koniunktury rynkowej, nasłuchując echa zbliżającego się kryzysu. Najbliższe miesiące pokażą, czy trend wzrostu płac zostanie zachowany.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/na-jakich-stanowiskach-w-handlu-zarabia-sie-najlep,60161>