



¿Qué perfil de Marketing necesita tu empresa?

Pol Huerta

Michael Page

¿Quién es Pol?

Senior Consultant en Michael Page

Más de 6 años de experiencia en consultoría y Recursos Humanos. Experiencia en cliente final como HRBP.

Especializado en perfiles para el sector del Marketing Digital y IT Sales.

Catalunya, Andorra y Baleares.



polhuerta@michaelpage.es

¿Quiénes somos?

PageGroup

Consultora de selección especializada, nuestro equipo trabaja con altos estándares de calidad y comparte los mismos valores a nivel mundial.

La estrategia es especializarse en lo que PageGroup hace mejor: cada marca, división y consultor aporta experiencia, contactos y un amplio conocimiento para ayudar a satisfacer las necesidades tanto de clientes como de candidatos.



Nuestra solución en selección

PAGEGROUP CHANGES LIVES

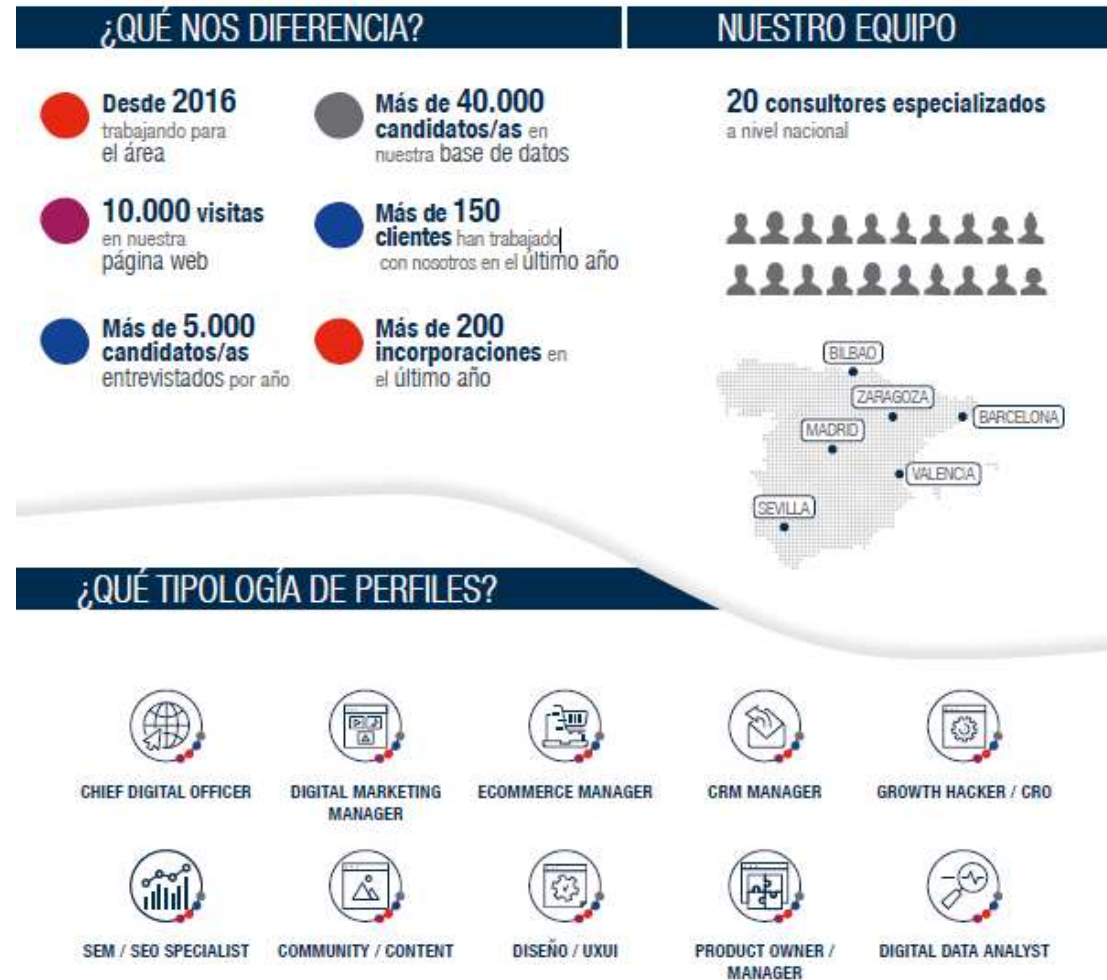


División Digital

Perfiles más solicitados en 2024-2025

El sector digital, en los últimos años, se ha convertido en uno de los que más crecimiento ha generado en el mercado nacional e internacional.

PageGroup cuenta con varios equipos de consultores especializados a nivel nacional y mundial, en la contratación de un amplio abanico de perfiles del sector, tanto de forma permanente como temporal.



Tendencias de mercado

Los 3 perfiles más demandados:
CDO/CMO
CRM
Ecommerce Manager

Qué demandan las Compañías:
Proactividad
Dominio de herramientas
Visión estratégica

Qué demandan los profesionales:
Flexibilidad
Crecimiento profesional
Proyecto ambicioso

35%
De mujeres en el sector.

46%
De los empleados españoles trabaja en un esquema híbrido en 2024.

83%
De las personas se siente con confianza para solicitar un aumento salarial.

Como estructurar tu equipo de Marketing

→ Tres opciones:

→ Tener el departamento estructurado In - House.

→ Externalización completa con Agencia.

→ Modelo Híbrido

→ Perfil Generalista en la propia empresa y externalización de los procesos más complejos de Marketing.

→ Tipología de perfiles dentro el departamento:

→ Perfil Generalista (Digital/Marketing Specialist, Marketing Manager, CMO...)

→ Perfiles Especialistas(Trafficker, Performance, Copy, Perfil comunicación externa/interna, Diseño...)

¿Qué sistema es mejor?

Tips para un proceso de selección

A tener en cuenta:

Candidatos:

- > **Pasivos** (requieren de Headhunting y herramientas de captación)
- > **Activos** (normalmente sin empleo o buscan activamente)

Mercado:

- > Benchmark
 - ¿Qué ofrece mi competencia/Qué ofrece nuestro sector?
 - Rangos salariales
 - Modalidad de trabajo
 - Seniority-Expertise
 - ¿Quiero que venga del sector? ¿Quiero invertir dinero y formación?

Herramientas:

- > Portales de empleo: LinkedIn, InfoJobs, Indeed, Domestika ...
- > ¿Ayuda externa? ¿Equipo de Talento?

Cosas a tener en cuenta en un proceso de selección

- > Época del año
- > Transparencia en la Job Description - Claridad en el perfil que necesitamos.
- > Fases estructuradas del proceso/ Timmings
- > Comunicar/feedback (no dejar en stand by)
- > Preguntar feedback candidato/a
- > Tener en cuenta como va ser el proceso. (Fases, dept involucrados, prueba técnica...)
- > Gaps de negociación. (En fase de oferta - ¿hasta donde puede llegar mi oferta?)

✓ *Las claves para un proceso de selección son: Agilidad, comunicación clara e interés en incorporar.*

¿Qué papel tiene el/la consultor/a en todo esto?



MRT
4AGRO
MRT
SUMMIT
2025

The logo features the text 'MRT' in large, bold, white letters at the top. Below it, '4AGRO' is written in a smaller, orange font. The second 'MRT' is also in large, bold, white letters. Underneath that, 'SUMMIT' is written in a large, bold, orange font. At the bottom, '2025' is written in a white, italicized font. The background is dark blue with a network of glowing lines and nodes.