

Skiller Academy presenta el estudio Publicidad Programática para RRHH y actualización de rangos salariales

El 65% de toda la inversión digital en 2019 ha sido gestionada de forma programática en el mundo según Zenith Programmatic Marketing Forecasts. España ha mantenido su crecimiento y según los datos del panel de Zenith Vigía, demuestra fortaleza, acercándose al resto de países, aunque su crecimiento es más contenido estando en un 27%

La publicidad programática, que está destinada a ser la forma de comprar publicidad en poco tiempo, necesita el talento de las personas en esta nueva era.

El estudio realizado por varios referentes del mundo de talento y publicidad programática muestran los perfiles clave, así como aspectos que son la base de ese futuro: habilidades (soft skills), equipos intergeneracionales, acciones de “Employer Branding”, fuentes de reclutamiento interno y externo.

Juan Antonio Muñoz-Gallego, co-fundador de Skiller resalta “La Academia quiere contribuir a ofrecer toda la información de la situación actualizada de salarios de dicho talento. Las personas son la base de esta transformación”.

A través de cerca de 200 profesionales han identificado los rangos salariales que se visualizan de nuevo en una infografía.

Skiller ha contado con la colaboración de entidades como la Asociación de Marketing de España y MMA Spain. Este año se ha visto mayor precisión en los salarios respecto al año anterior, al contar con mayor definición en las posiciones y madurez del mercado.

Los rangos salariales van, en el lado de compra, desde los 36.000€ brutos anuales de un Trader Programático con formación práctica y experiencial real, a los 63.000€ brutos anuales de la Dirección de Trading Programático con experiencia en coordinación de equipo y definición de estrategias para clientes.

En el lado de venta, el Especialista en Publicidad Programática con experiencia en tecnología, optimización de ingresos y gestión de la actividad con campañas alcanza los 44.000€ brutos anuales.

De la encuesta también se extrae que la posición de Dirección de Programática en un Medio es de 60.000€ brutos anuales con la responsabilidad de ser el nexo con distintos equipos, responsable de construir el producto y liderar la transformación en el área.

El 4 de marzo de 2020, a las 18.30, se presentará el estudio completo llamado “Programmatic for HR Business Partner” en Impact Hub Prosperidad: registro a través de este enlace <https://www.eventbrite.es/e/entradas-the-rise-of-the-talent-hr-programmatic-93089574423>

Acerca de Skiller Academy

Skiller es la Academia de Publicidad Programática y Data que cree en el talento humano tras la tecnología. Los Bootcamps son un camino intenso, inmersivo y acelerado de aprendizaje. Los alumnos realizan el trabajo real de la profesión en las plataformas tecnológicas más habituales de compra-venta digital publicitaria durante todo el programa. Bajo la filosofía “Tailor-Made Professional”, los profesionales se hacen a medida para las empresas que buscan talento único.

Para más información: www.skiller.education
Contacto: info@skiller.es

Acerca de MMA

La Asociación de Marketing Móvil (MMA) es la principal asociación global sin ánimo de lucro, que representa a todos los agentes de la cadena de valor del marketing y la tecnología móvil.

Cuenta con más de 800 socios a nivel mundial y con presencia física en 21 países, cubriendo 50 países.

En España, su actividad se centra en eliminar los obstáculos a los que las empresas se enfrentan en la aplicación de la movilidad en sus modelos de negocio y estrategias; establecer pautas para los medios móviles, así como difundir y compartir buenas prácticas para un crecimiento sostenible y para el uso efectivo del canal móvil, convirtiéndose en un espacio de interacción y divulgación entre todos los que componen el ecosistema empresarial español.

MMA Spain cuenta con más de 100 asociados en España.

Más información: www.mmaspain.com – www.mmaglobal.com
Contacto: direccion@mmaspain.org

Acerca de la Asociación de Marketing

Entidad sin ánimo de lucro que tiene como misión dar valor a la profesión de Marketing y reconocer a todos sus profesionales. Entre profesionales de marketing y entidades de los principales sectores de actividad, la Asociación integra a más de mil socios. Su compromiso es el de impulsar el buen marketing como motor del éxito empresarial, para lo cual promueve iniciativas como los Premios Nacionales de Marketing, el Anuario del Marketing, el Índice de Expectativas de los Directores de Marketing, el Estudio del Mercado del Marketing en España (AMES), el Observatorio del Branding y el Código Ético de Marketing. www.asociacionmkt.com.es

Datos de contacto:

Actitud de Comunicación

913022860

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Programación](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>