

**MMA:n
palkkatutkimus
2023**



Myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten palkat nousukiitoon neuvottelemalla ja kannustimilla

Myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten palkat nousivat 7 prosenttia vuonna 2023 verrattuna vuotta aiempaan. Palkkatutkimuksemme tuloksista nousee selkeästi esiin, että omasta palkasta halutaan neuvotella henkilökohtaisesti. Tämä näyttää myös kannattavan. Työehtosopimukseen kuulumattomilla aloilla työskentelevien vastaajien palkoissa näkyy rivakampi ansioiden nousu kuin TES-alojen yleisen linjan palkankorotuksissa.

Vaikka aineisto on tässä tutkimuksessa voimakkaan myyntipainotteinen, markkinoinnin ammattilaisilla palkat nousivat rivakammin kuin myyjillä. Suurin ansiotason nousu oli niillä vastaajilla, joiden työhön kuuluu sekä myynti että markkinointi. Mediaanipalkka vuonna 2023 oli myynnissä 5760 euroa ja markkinoinnissa 4000 euroa. Sekä myynti- että markkinointitehtävissä työskentelevillä mediaanipalkka oli 6110 euroa.

Nostimme viime vuonna esiin, että markkinoijia on syytä palkita enemmän kannustimilla. Asiassa on otettu harppaus eteenpäin, sillä markkinoijille maksetaan bonuksia nyt useammin kuin vuotta

aiemmin. Myös sukupuolten välinen palkkakuilu näyttää kaventuneen, mutta vain hieman. Miessukupuoli nostaa ansioita 800 euroa.

Palkkatasa-arvon eteen meillä on vieläkin paljon työtä tehtävänä, vaikka naisvastaajien ansiotaso on parantunutkin. Voimme puuttua epäkohtiin paremmin, kun palkat otetaan avoimemmin puheeksi työpaikolla.

Jäsentemme menestys ja hyvinvointi ovat ydintehtäviämme. Erytisen mukava tutkimustulos on, että vastaajien joukosta MMA:n jäsenet ovat tyytyväisimpiä palkkaansa. Myös ympäristö kiittää, sillä vastaajista yli kolmanneksella työauton käyttövoima on jokin muu kuin fossiilinen polttoaine.

Muutos oikeaan suuntaan MMA:n suosituksen mukaan:

**Markkinoijien palkitseminen bonuksilla yleistyi
– palkoissa myös rivakka nousu.**



Henkilökohtaisella palkkaneuvottelulla näyttää olevan vaikutusta parempaan ansiokehitykseen.

MMA:n palkkatutkimus 2023

MMA:n palkkatutkimuksen toteutti Aula Research Oy sähköisellä kyselyllä 5.–26.1.2024. Siihen vastasi yhteensä 1927 myynnin ja markkinoinnin ammattilaista, joista 1762 työskenteli koko vuoden 2023 täyspäiväisesti toisen palveluksessa. Palkkatutkimuksella tutkittiin bruttoansioita sisältäen kannustimet ja edut.

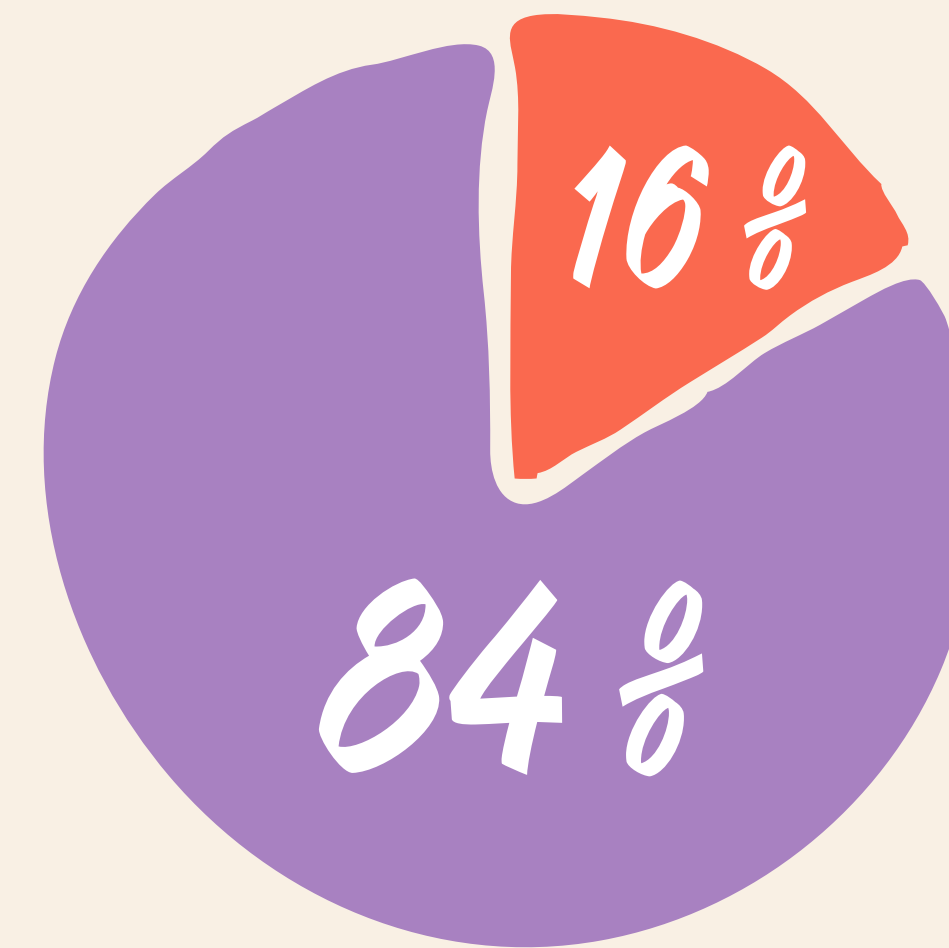
Tutkimuksessa käytetyllä lineaarisella regressioanalyysillä tutkittiin eri tekijöiden vaikutusta bruttokuukausituloihin. Tarkasteltavat muuttujat olivat: sukupuoli, asuinpaikka, työkokemus, työtehtävien vaativuustaso, työn painottuminen myyntiin tai markkinointiin, vastaajan korkein tutkinto sekä työnantajan päätoimiala. Bruttokuukausitulot on laskettu jakamalla vuositulot 12,5:llä.

Vastaajista 84 prosenttia tavoitettiin MMA:n jäsenrekisterin kautta. Tutkimukseen osallistui myös Markkinointi- ja MyyntiKollektiivien sekä Marketing Finlandin jäseniä. Jokaisesta vastauksesta lahjoitettiin euro Hope – yhdessä ja yhteisesti ry:lle.

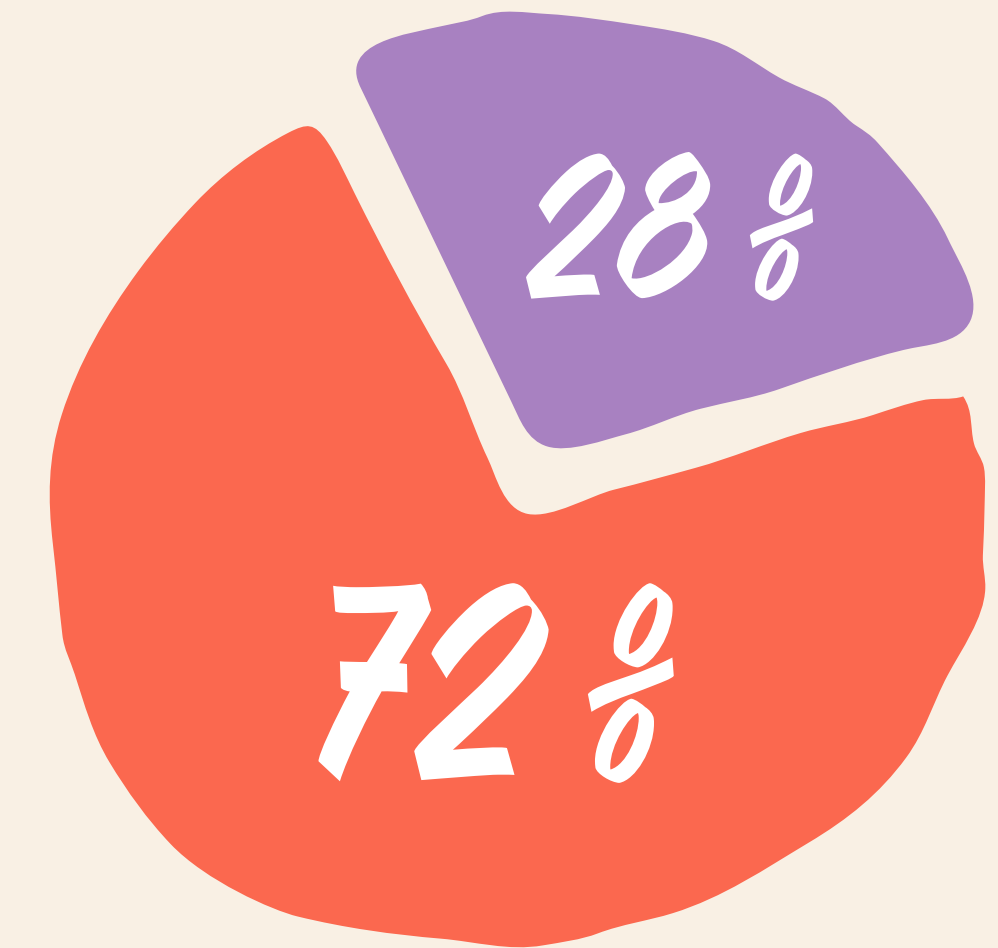
Vastaajia oli yhteensä 1927 kappaletta.



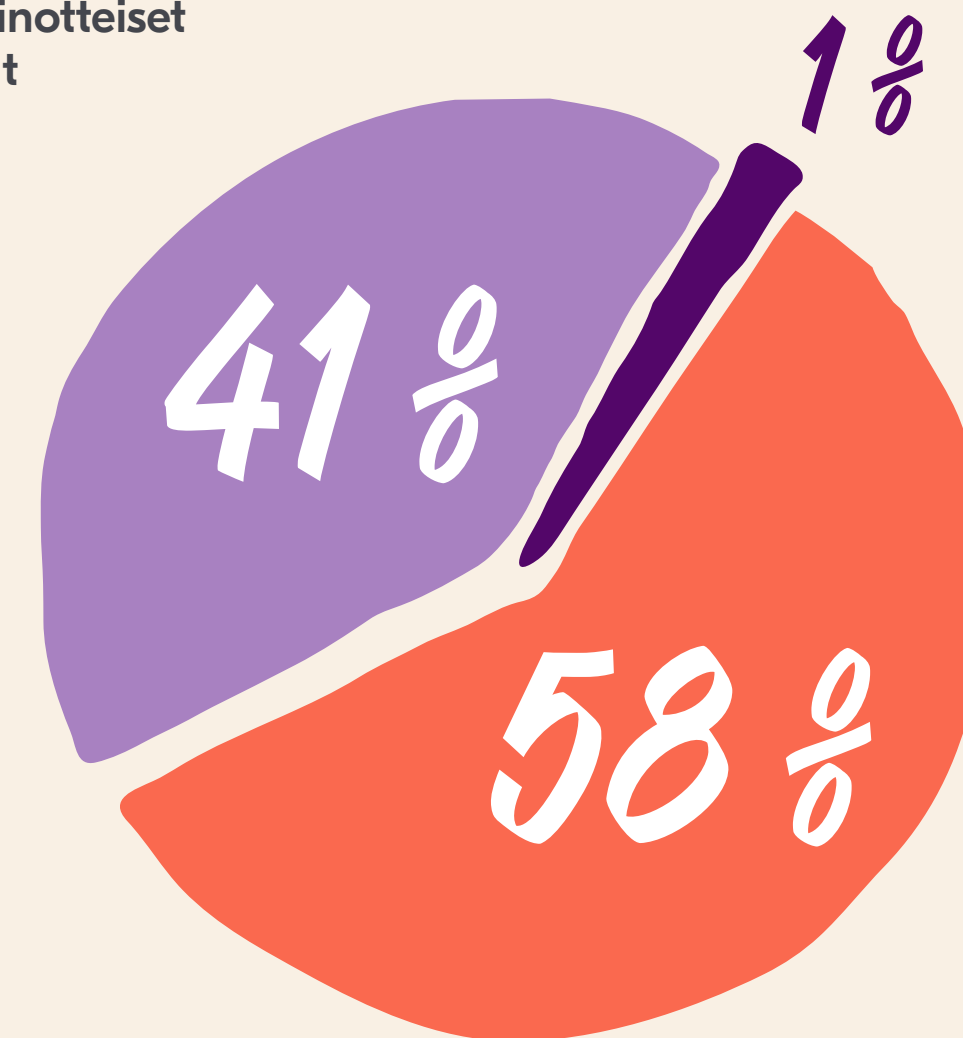
Ei tietoa tai muu: alle 1 %



Markkinointipainotteiset tehtävät



Myyntipainotteiset tehtävät



Tasapuolisesti myynnin ja markkinoinnin tehtävät

- Naiset
- Miehet
- Muu tai ei tietoa

Tällaisia ammattilaisemme ovat

Tutkimuksemme vastanneiden profiileissa oli selkeitä eroja sekä sukupuolen että sen mukaan, työskentelivätkö vastaajat myynnissä vai markkinoinnissa. Aineistossa korostuu iäkkäämmät sekä pitkään työelämässä olleet ja myyntipainotteisissa tehtävissä työskentelevät henkilöt. Koulutustaustojen osalta ei tänä vuonna ollut merkittävää muutosta viime vuoden tutkimukseen verrattuna.

Vastaajien korkein suorittama tutkinto

Markkinointipainotteiset tehtävät (n=378)



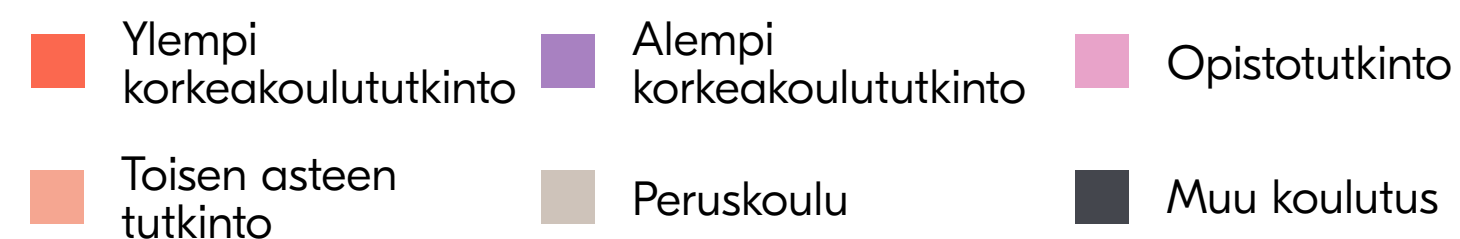
Myyntipainotteiset tehtävät (n=1 205)



Tasapuolisesti myynnissä ja markkinoinnissa työskentelevät (n=325)



0 25 50 75 100
% vastaajista



Naisten profiili

- Tyypillisimmin naisilla on joko alempi tai ylempi korkeakoulututkinto.
- Naisvastaajat ovat iältään pääosin nuorempia.
- Palkka on systemaattisesti alhaisempi kuin miehillä, mutta ero on kaventunut.
- Yli puolet työskentelee asiantuntija-, edustaja-, neuvottelija- tai suunnittelijatehtävissä.

Markkinoinnin profiili

- Valtaosa (84 %) on naisia.
- Ansiotaso on pienempi kuin myynnissä työskentelevillä.
- Nuorempia vastaajia: vain kolmannes on yli 45-vuotiaita.
- Tyypillisimmin palkkausmuoto on kiinteä, mutta bonukset ovat yleistyneet.
- Liikunta- ja kulttuurietu on hyvin tyypillinen.

Miesten profiili

- Tyypillisimmin miehillä on joko opistotutkinto tai toisen asteen tutkinto.
- Miesvastaajat ovat iältään selvästi vanhempia, joilla on usein pitkäkö työkokemus myyntialalta.
- Nauttivat korkeampaa palkkaa kuin naiset.
- Miehet ovat naisia useammin päällikkö-, johtaja- tai esihenkilöasemassa.

Myyntin profiili

- Valtaosa (72 %) on miehiä.
- Myyjillä on hyvät ansiot jo uran alusta lähtien.
- Iäkkäämpiä vastaajia: iso osa (72 %) on yli 45-vuotiaita.
- Tyypillisimmin palkkaus koostuu kiinteän palkan ja kannusteiden erilaisista yhdistelmistä.
- Autoetu on myyjillä yleinen.



Suurin osa ammattilaisistamme haluaa neuvotella itse palkastaan

Alallemme tyypillistä on, että palkoista halutaan neuvotella henkilökohtaisesti. Tätä mieltä oli 64 prosenttia vastaajista. Etenkin niillä MMA:n jäsenillä, joilla on pitkä työkokemus myyntitehtävissä näyttää olevan halua neuvotella itse palkoista. Lisäksi miesvastaajat suosivat naisia enemmän henkilökohtaista palkkaneuvottelua.

Vain 13 prosenttia tutkimukseen vastanneista toivoo, että palkat neuvotellaan järjestö- tai keskusjärjestötasolla. Vuonna 2023 isolla osalla (66 %) myynnin ja markkinoinnin ammattilaisista palkan korotus johtui yleiskorotuksesta.

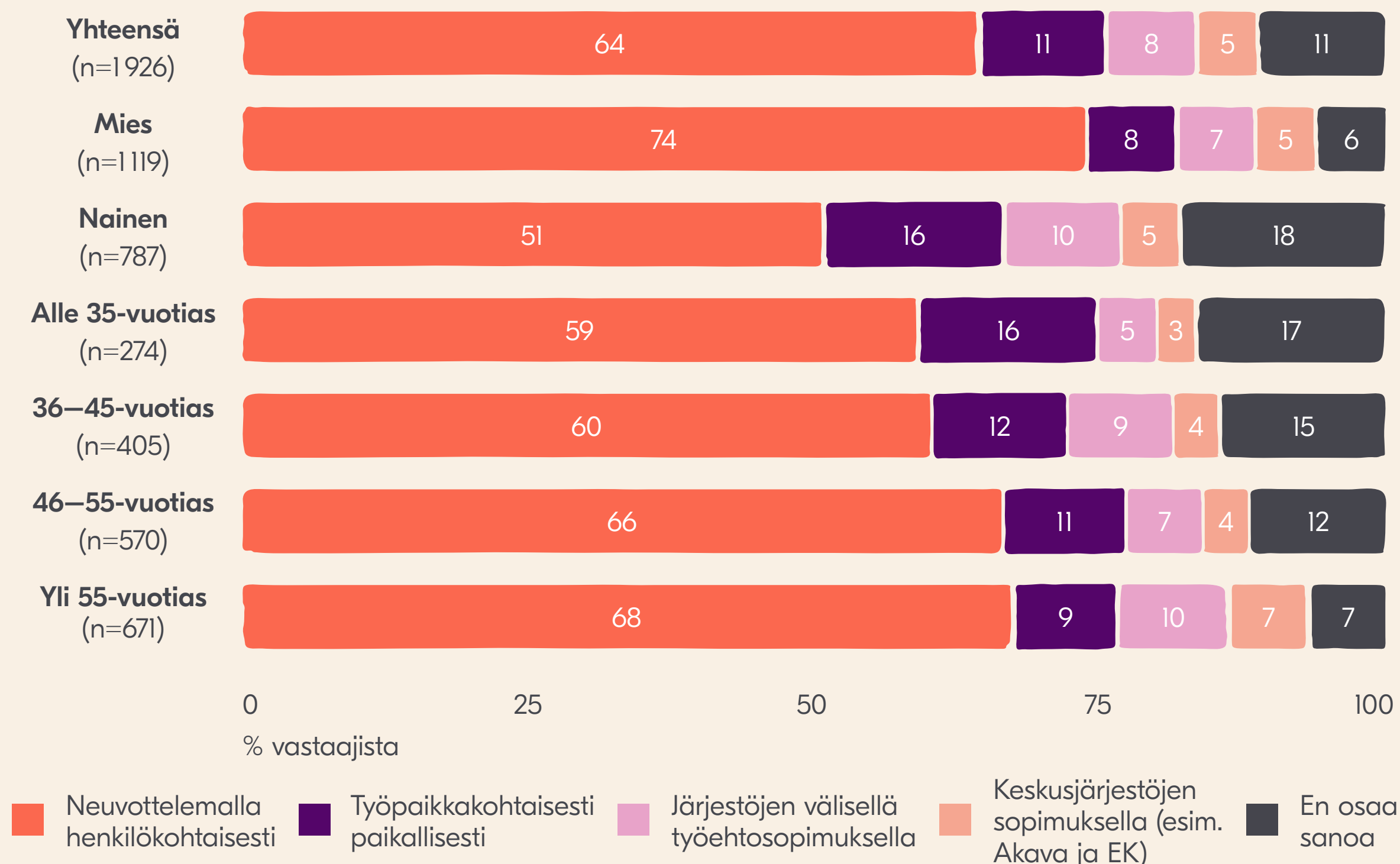
Niillä vastaajilla, jotka eivät työskennelleet työehtosopimuksen piiriin kuuluvilla toimialoilla, palkat nousivat noin 9 prosenttia. Kun ottaa huomioon, että vuonna 2023 yleiskorotus oli 3,5 prosenttia, näyttää henkilökohtaisella palkkaneuvottelulla olevan vaikutusta parempaan ansiokehitykseen alojemme työntekijöillä.

Menesty palkkaneuvotteluissa

MMA rohkaisee myynnin ja markkinoinnin ammattilaisia ottamaan palkan puheeksi työpaikalla. Neuvottelemalla itse palkoista on mahdollista paremmin vaikuttaa omaan ansiotasoonsa.

Henkilökohtainen sopiminen ei tarkoita yksin sopimista. Kun tarvitset henkilökohtaista palkkaneuvontaa, ota meihin yhteyttä! Jäsenillemme palvelu on maksuton. Lisäksi jäsenille on Oma MMA:ssa palkkatutka, josta löydät uusimpaan tutkimustietoon perustuvat tarkemmat tiedot alojemme palkoista. Kattavan tietopankkimme avulla voit arvioida, onko palkkatasosi kohdallaan ja menestyt paremmin palkkaneuvotteluissa.

Näin palkoista ja niiden korotuksista pitäisi sopia



Top 5 syyt palkankorotukselle

- 66 % yleiskorotus
- 31 % henkilökohtainen peruspalkan korotus samassa tehtävässä
- 19 % tulosten parannus
- 15 % työtehtävät muuttuneet
- 12 % työpaikan vaihdos

Bonukset yleistyvät markkinoijilla

Palkan koostumuksella on iso vaikutus ansiotasoon. Kiinteän palkan lisäksi ammattilaisillemme maksettavat kannustimet (bonus tai provisio) nostavat bruttoansioita merkittävästi.

Viime vuoden palkkatutkimuksessa nostimme esiin, että markkinoinnin ammattilaisia palkitaan nihkeämmin bonuksilla kuin myyjiä. Perinteisesti taas myyjiä palkitaan kannustimilla useammin.

Iloksemme tuloksissa näkyy nyt selkeää parannusta tähän epäkohtaan. Markkinoinnin ammattilaisilla pelkkää kiinteää palkkaa saavien osuus oli laskenut 9 prosenttiyksikköä viime vuodesta. Vastaavasti niiden markkinoijien osuus, jotka saivat kiinteän palkan lisäksi bonuksia kasvoi 30 prosentista 39 prosenttiin.

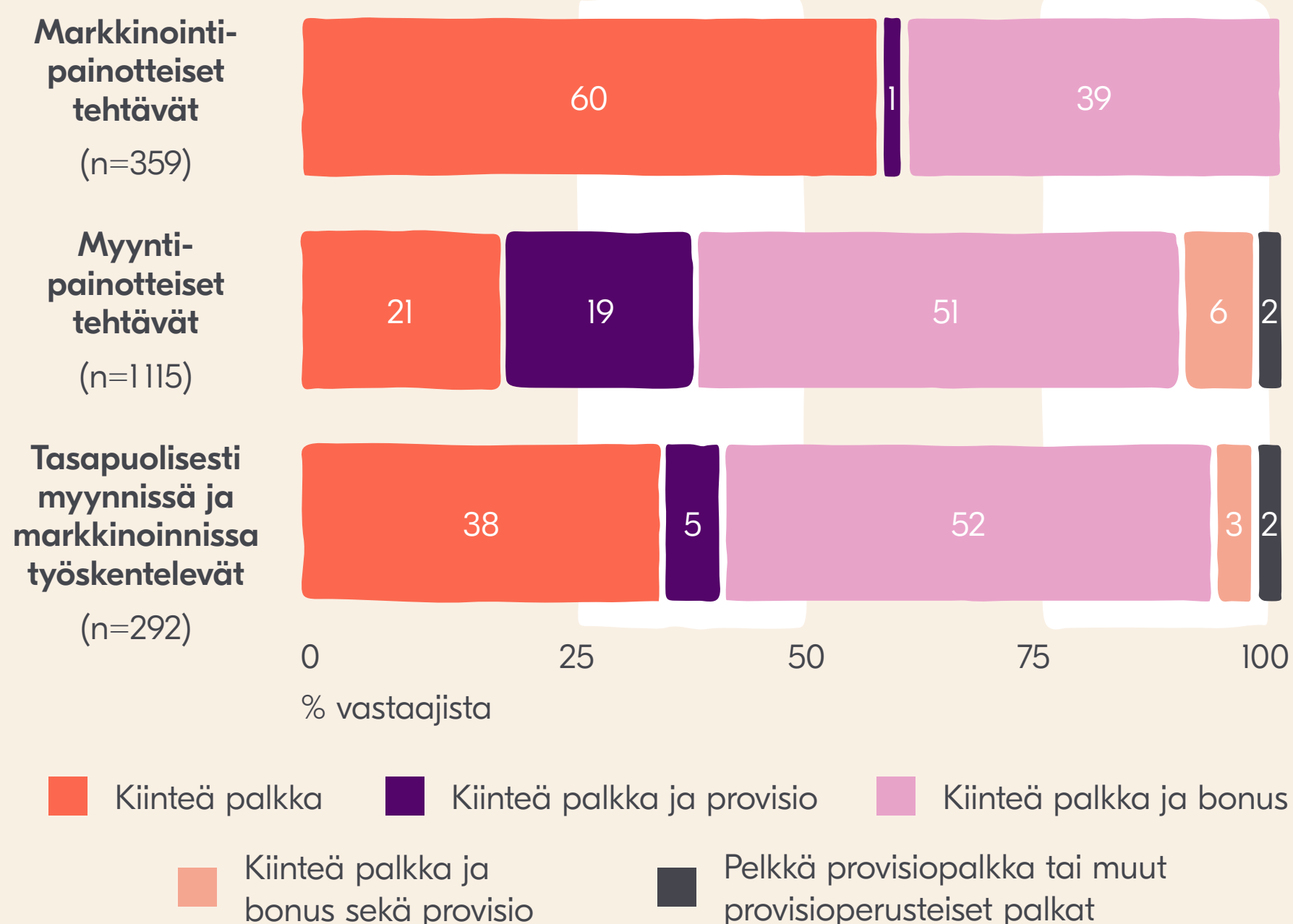
Yhteiset tavoitteet ja mittarit tarpeen

Henkilökohtaiseen suoritukseen pohjautuva kannustin on markkinoijilla selkeästi harvinaisempi kuin myyjillä. Toisaalta sekä myynnin että markkinoinnin ammattilaisilla tiimisuorituspohjainen palkitseminen on hieman harvinaisempaa kuin muut palkitsemistavat.

Yritysten olisi syytä panostaa siihen, että myynnille ja markkinoinnille asetettaisiin yhteisiä tavoitteita ja tulostavoitteita. Markkinoinnin työpanos palkitsemisjärjestelmissä olisi myös huomioitava paremmin.

MMA:n tutkimuksissa usein toistuva tulos on, että etenkin pitkäjänteistä työtä vaativa asiakastyytyväisyys olisi tärkeää ottaa yhdeksi tärkeimmäksi mittariksi palkitsemisjärjestelmissä. Viimeksi tämä nousi esiin MMA:n viime syksyn Myynti & Markkinointi 2023 -barometrissä. Samassa tutkimuksessa korostui se, että myynti ja markkinointi toimivat edelleen liian siilomaisesti. Tätä voisi parantaa se, että tulostavoitteet ja mittarit olisivat molemmilla yhteiset.

Palkan koostumus



Mihin bonus tai provisio pohjautuu?

Henkilökohtaiseen suoritukseen:

70 % myyjistä
41 % markkinoijista.

Koko organisaation suoritukseen:

43 % myyjistä
82 % markkinoijista.

Koko tiimin suoritukseen:

41 % myyjistä
34 % markkinoijista.

Palkat parantuneet

Markkinoinnin ammattilaisten palkat vuonna 2023 nousivat 4 prosenttia verrattuna edelliseen vuoteen. Tämä oli hieman rivakampi nousu kuin myynnin ammattilaisilla, joilla palkat nousivat 2 prosenttia.

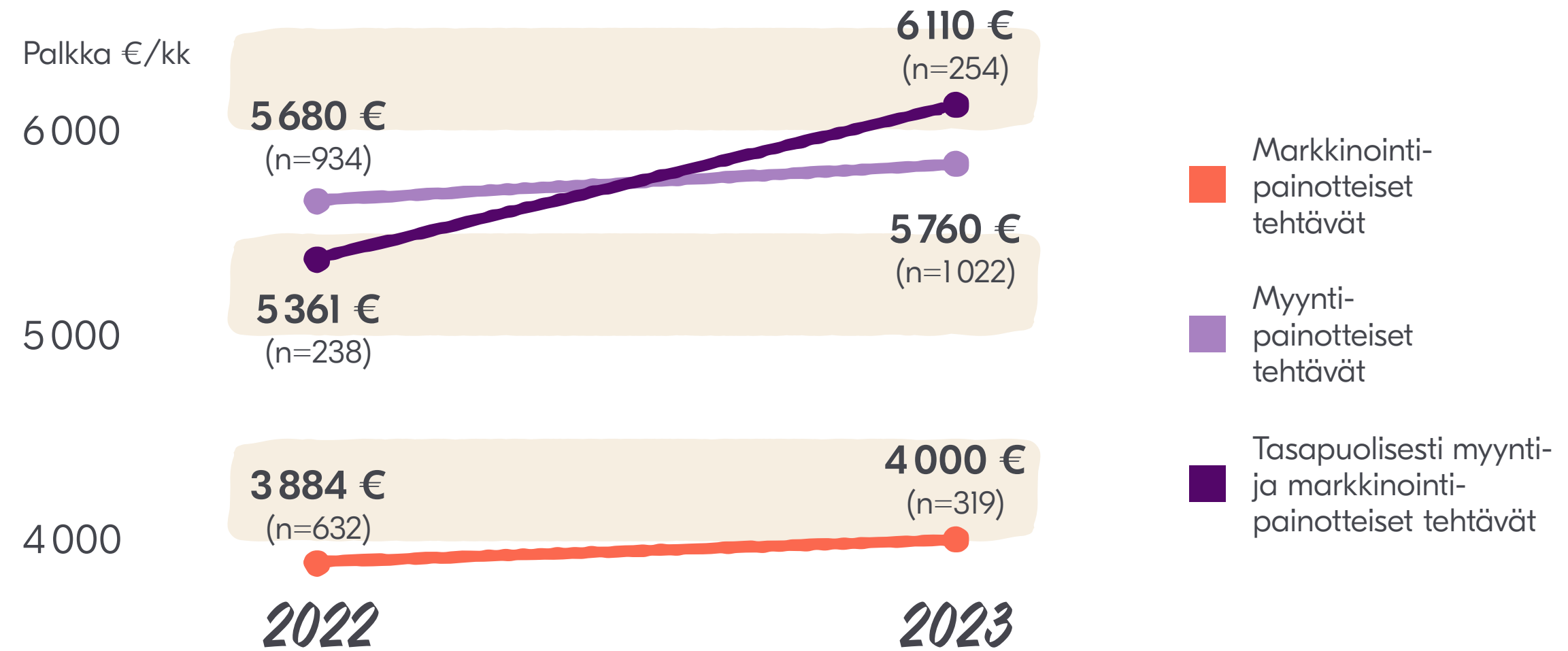
Suurin tulonousu (+ 14 %) oli niillä vastaajilla, joiden työnkuvaan kuului sekä myynti että markkinointi. Kokonaisuudessaan tämän ryhmän profiili on melko samantyyppinen kuin muilla vastaajilla. Tulos herättää pohtimaan, onko taustalla työn murros, jossa alojemme ammattilaisten työnkuvaan kuuluu yhä enemmän sekä myyntiä että markkinointia.

Sukupuolten välinen palkkakuilu kapeni – vain hieman

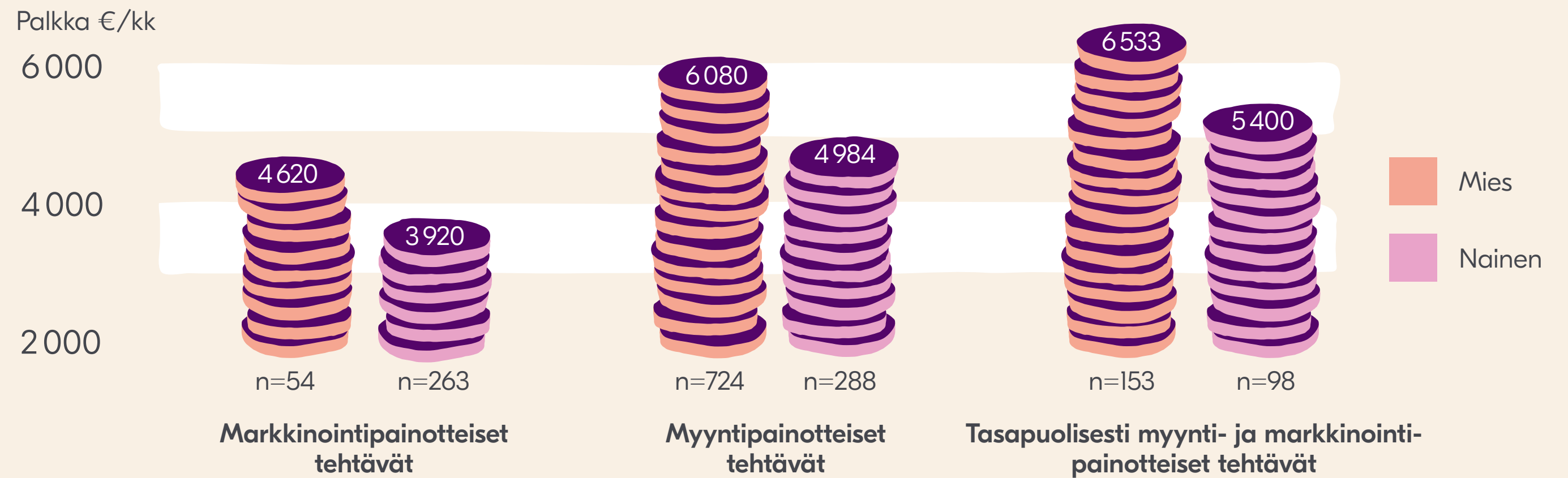
Palkoissa oli edellisten vuosien tapaan sukupuolten välinen kuilu. Miessukupuoli nostaa ansioita noin 800 euroa, kun aineistosta huomioidaan ilmiselvät erojen selittäjät. Palkkakuilu näyttää kuitenkin kaventuneen, sillä vuotta aiemmin miessukupuoli nosti ansioita noin 1000 euroa.

Selittävänä tekijänä sukupuolten väliseen palkkaeroon voi olla se, että miehet työskentelevät enemmän myynnissä, jossa kannusteet tyypillisesti nostavat ansiotasoa. Pelkkä kiinteä palkka taas on yleisempi naisilla ja markkinointitehtävissä työskentelevillä.

Mediaanipalkka



Palkka sukupuolen ja työtehtävän mukaan



Kokemus ja palkka

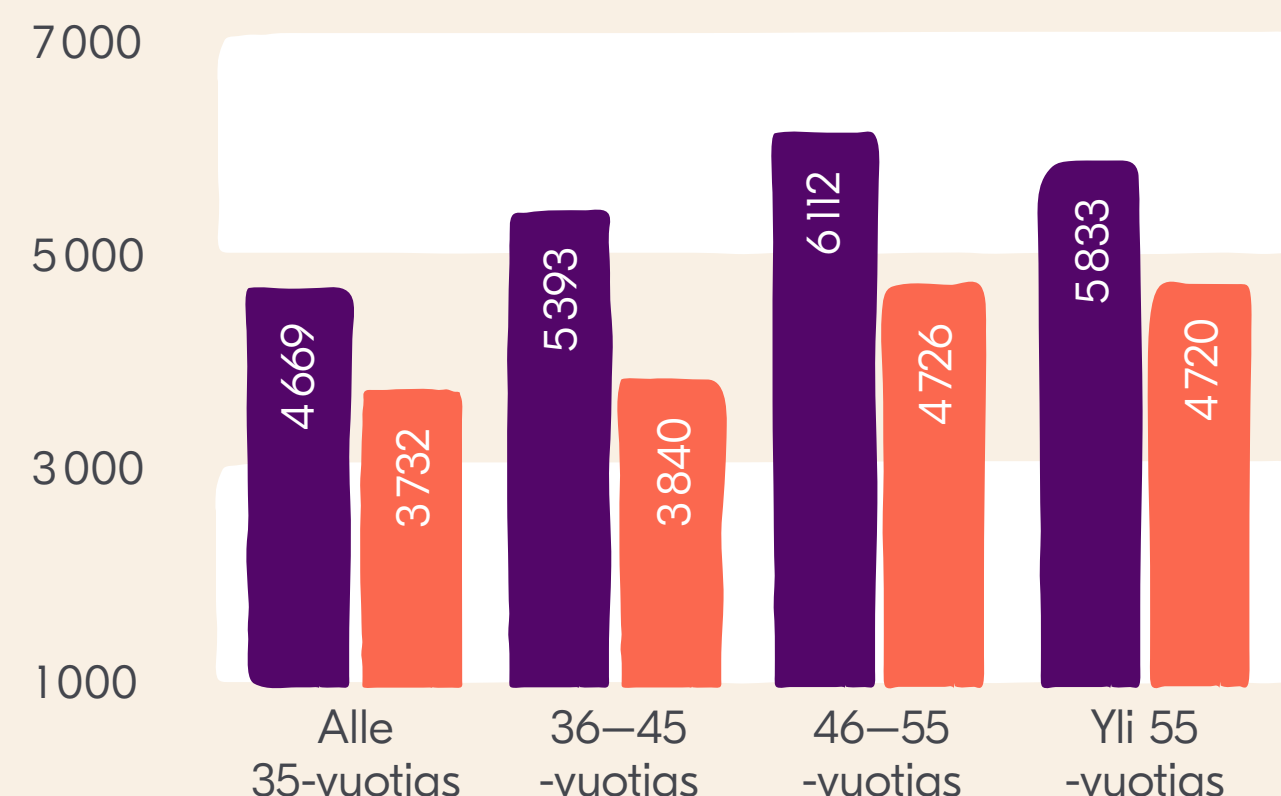
Myyntitehtävissä palkkakehitys saa erittäin hyvän startin jo uran alussa. Verrattuna markkinoijien palkkoihin myyjien alkupalkat ovat merkittävästi korkeammat. Taustalla voi vaikuttaa se, että myyntityössä palkitaan enemmän kannusteilla, ja uran alussa nuorilla myyjillä voi olla suuri tulospalkka.

Markkinointipainotteinen tehtävä laskee ansioita noin 1000 euroa, vaikka isolla osalla markkinoijista on korkeakoulututkinto. Markkinointi työnä vaatii erittäin laaja-alaista osaamista, mikä ei valitettavasti näytä takaavan hyviä ansioita verrattuna myyntitehtäviin.

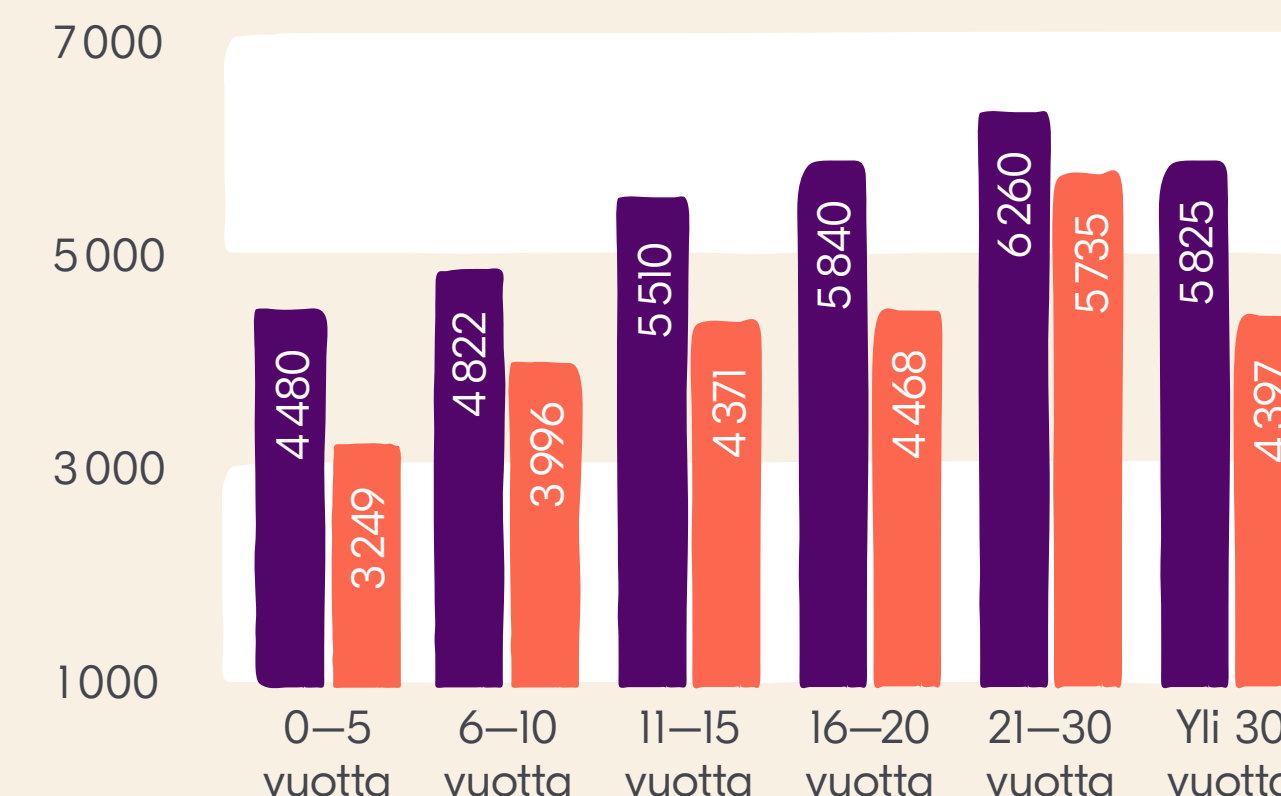
Markkinoinnin palkat myös pysyvät jäljessä myyjien palkoista koko työuran ajan. Työkokemuksen karttuessa palkkataso kylläkin molemmilla osaajilla nousee. Myyjillä ja markkinoijilla on palkkahuippu 21–30 kokemusvuoden kohdalla, mutta tämän jälkeen molempien palkkakehitys näyttää hiipuvan.

Työtehtävien vaativuus on yksi tilastollisesti merkittävä selittäjä tulojen vaihtelulle. Mitä vaativampi tehtävätaso vastaajalla on, sitä todennäköisemmin ansiot ovat paremmat. Silti tehtävästosta riippumatta markkinoinnin palkat jäivät myynnin palkoista merkittävästi jälkeen.

Mediaani-palkka €/kk **Palkka eri ikävuosina**



Mediaani-palkka €/kk **Kokemusvuosien vaikutus palkkaan**



■ Myyntipainotteiset tehtävät ■ Markkinointipainotteiset tehtävät

Mediaani-palkka €/kk **Tehtävätason vaikutus palkkaan**



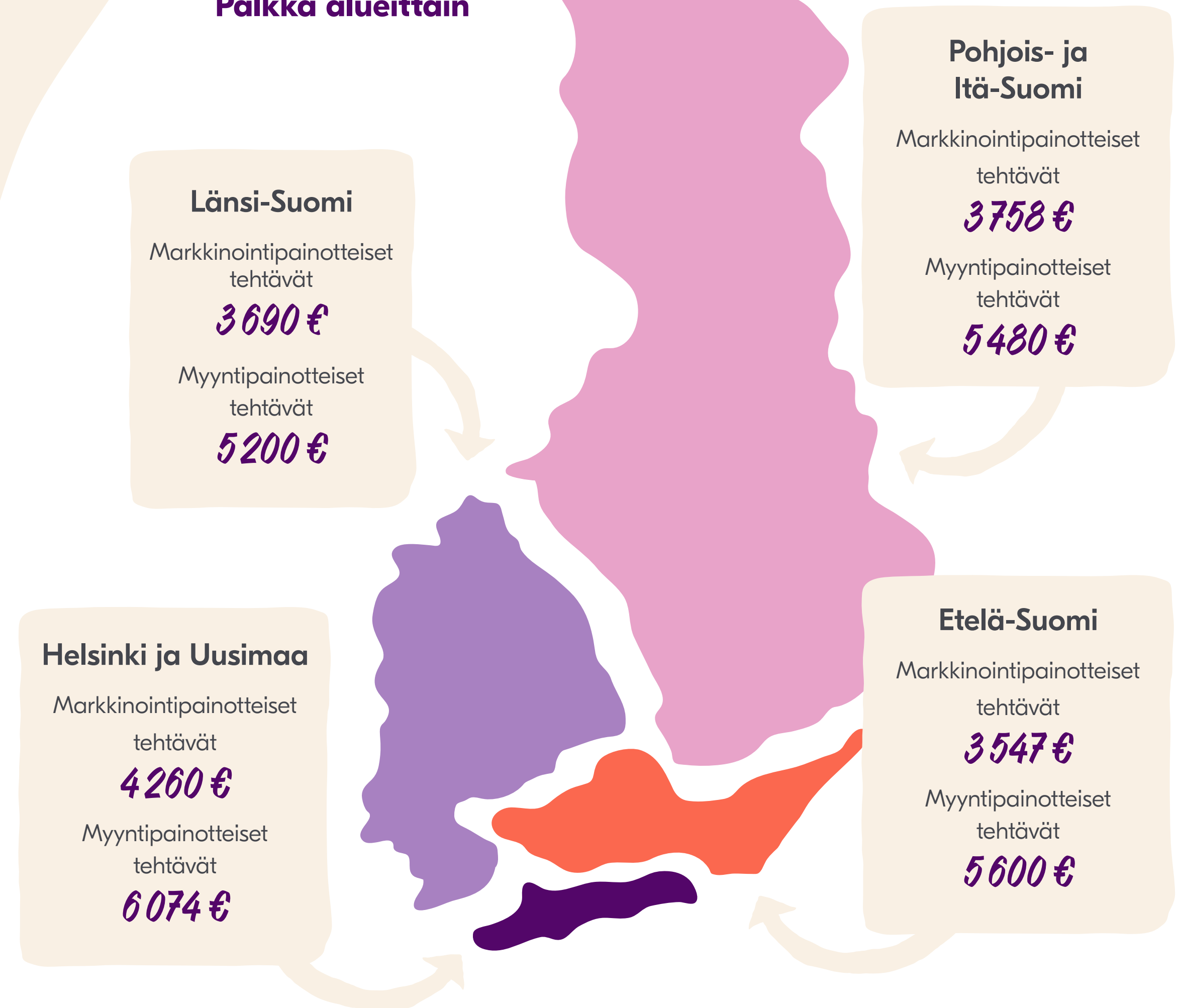
■ Myyntipainotteiset tehtävät ■ Markkinointipainotteiset tehtävät

Palkoissa eroa toimialoittain ja eri puolilla Suomea

Palkka eri toimialoilla



Palkka alueittain



Palkka puheeksi

Avoin palkkapuhe ei näytä vielä rantautuneen suomalaisiin työyhteisöihin. Valtaosassa (76 %) työpaikoista palkka-avoimuus ei toteudu. Toivoa herättävä tulos on, että yli kymmenesosassa (11 %) ammattilaistemme työpaikoista puhe palkoista kuuluu jo työarkeen.

Palkasta kannattaa puhua työpaikoilla. Tasa-arvoinen palkkaus tarvitsee avoimuutta, jotta mahdolliset epäkohdat tulevat näkyväksi ja niihin voidaan puuttua.

Lakitasolla palkka-avoimuuteen on tulossa muutos viimeistään vuonna 2026, jolloin Euroopan parlamentin niin kutsuttu palkka-avoimiusdirektiivin sisältö on siirrettävä Suomen lainsäädäntöön. Direktiivin tavoitteena on palkka-avoimuuden avulla kitkeä sukupuoleen perustuvaa palkkasyrjintää.

Palkkatyytyväisyys kasvaa iän myötä

Tyytyväisyys omaan palkkaan on ammattilaisillamme hyvällä tasolla. Miehet ja myyjät vaikuttavat olevan hieman tyytyväisempiä palkkaansa verrattuna naisiin.

Uran alussa palkkaan ei olla niin tyytyväisiä, mutta kun ikä ja työkokemus kasvaa, on tilanne jo toinen. Huipussaan tyytyväisyys on 46–55-vuotialla vastaajilla. Tässä ikäryhmässä myös palkka on korkeimmillaan.

Vastaajien joukossa palkkaansa tyytyväisimpiä ovat MMA:n jäsenet.

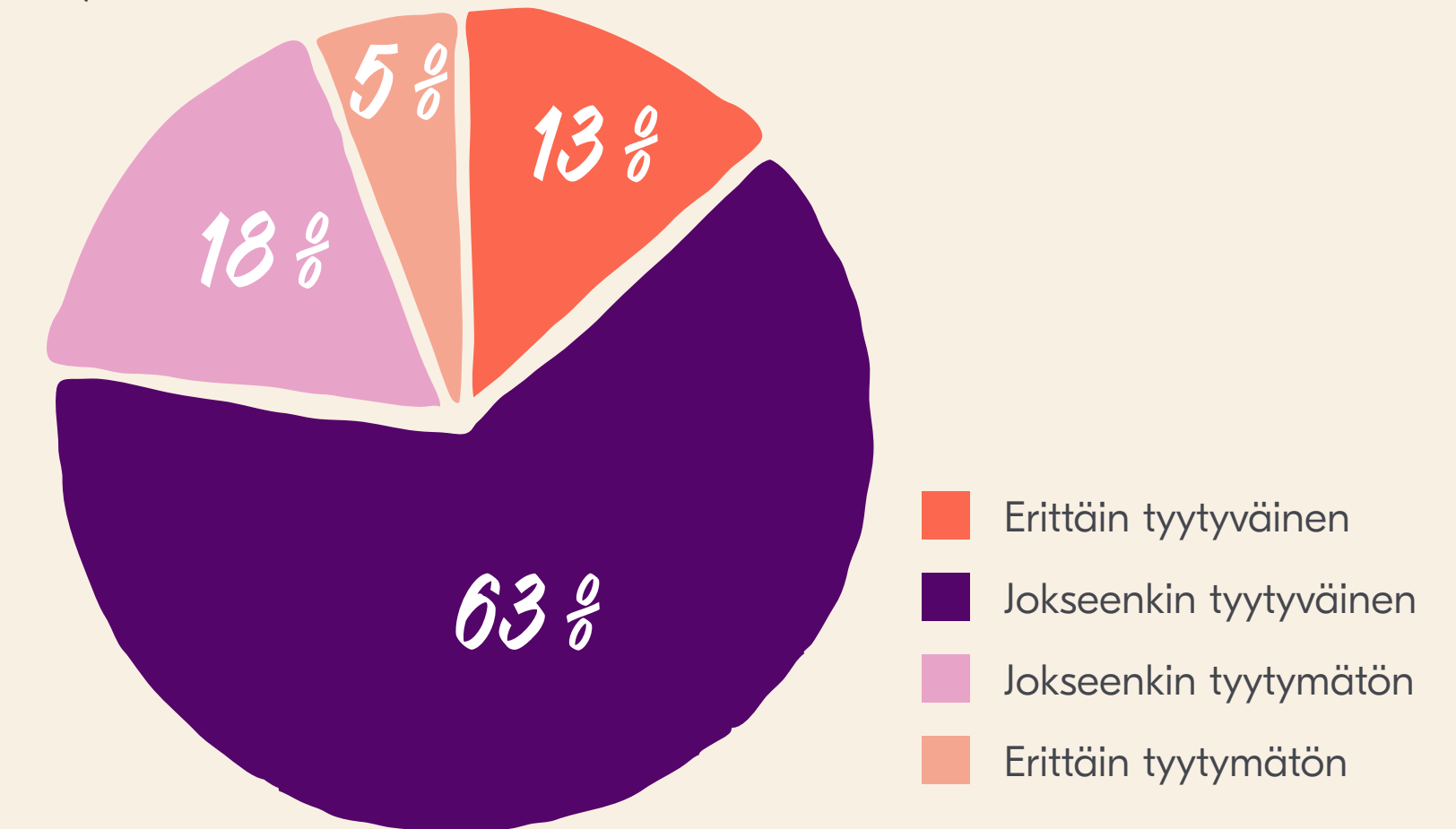
79 %

MMA:n jäsenistä on erittäin tai jokseenkin tyytyväinen palkkaansa.

Ne vastaajat, jotka eivät kuuluneet mihinkään yhteisöön taas olivat kaikkein tyytymättömmimpiä. Heistä 37 prosenttia oli joko jokseenkin tai erittäin tyytymätön palkkaansa.

Ammattilaistemme tyytyväisyys palkkaan

(n=1780)



Palkka-avoimuus työpaikoilla

(n=1775)

- 4 %** Työnantaja julkaisee työtehtäväkohtaiset palkkatiedot.
- 7 %** Palkat määräytyvät TESin mukaan tai ne ovat muuten julkisia.
- 11 %** Työpaikalla keskustellaan palkoista.
- 76 %** Palkka-avoimuus ei toteudu työpaikalla.
- 11 %** En osaa sanoa.

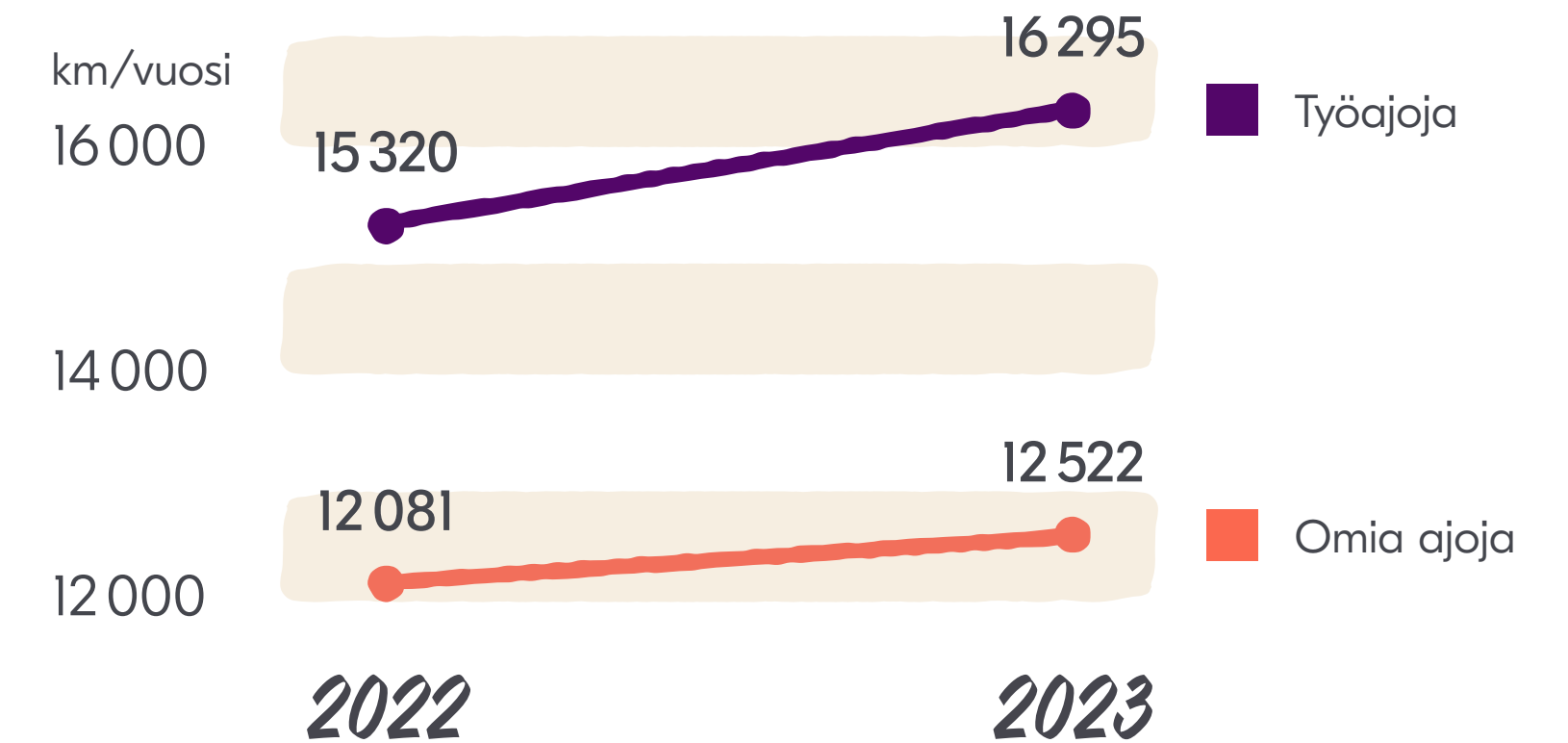
Työajot yhä vihreämpiä

Jo aiemmissa palkkatutkimuksissamme on näkynyt trendinä, että vihreämmät käyttövoimat työautoissa ovat yhä suosituimpia myynnin ja markkinoinnin ammattilaisilla.

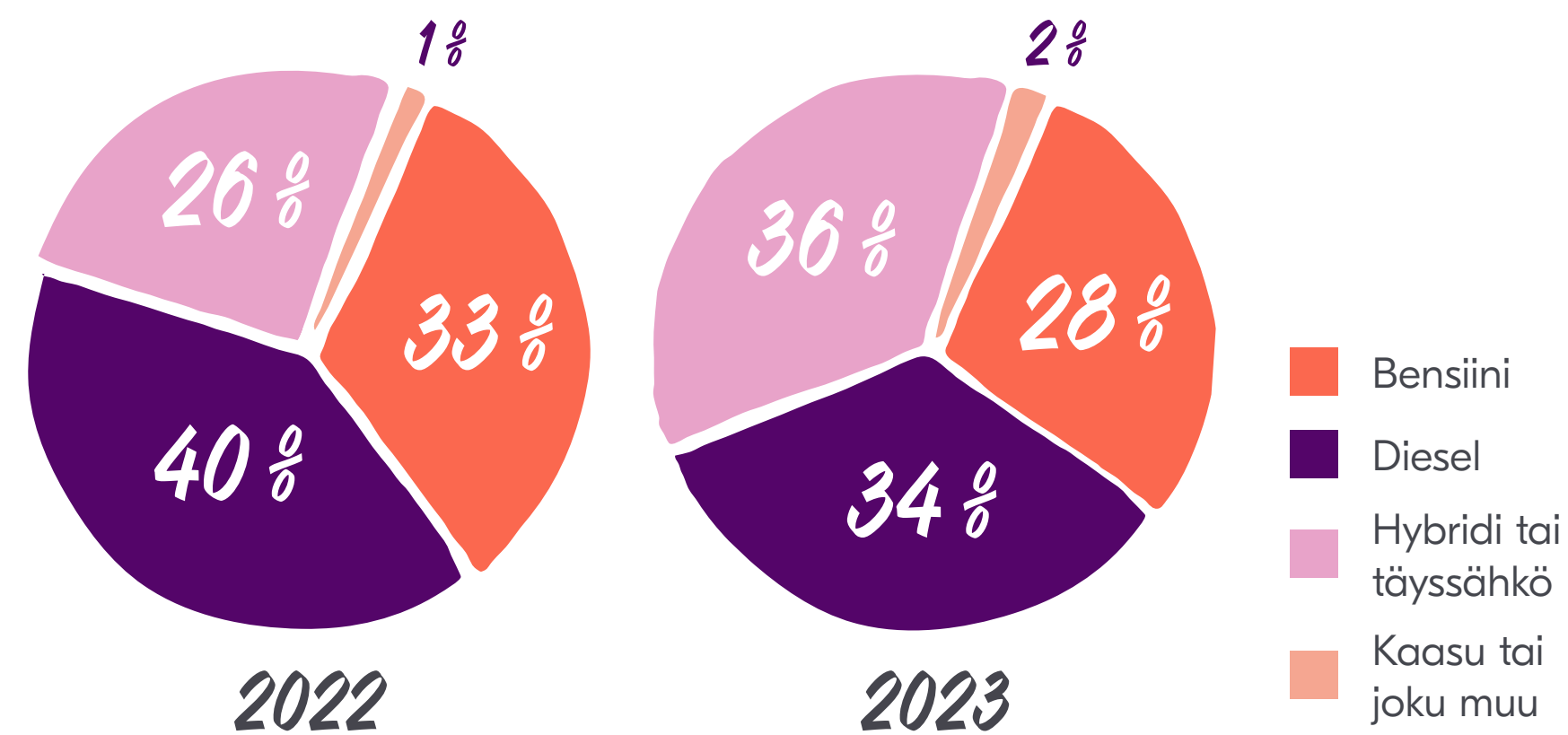
Nyt työajoja ajetaan täyssähkö- tai hybridautoilla jo enemmän kuin dieselautoilla verrattuna viime vuoteen. Myös työajojen määrät olivat jonkin verran nousseet, mutta edelleenkin työajoissa ei olla samalla tasolla kuin vuosina 2017–2019 ennen koronapandemiaa. Näinä kaikkina vuosina työajojen mediaani oli 20 000 kilometriä.

Ensimmäistä kertaa kysyimme myös, tarjoaako vastaajien työnantaja polkupyörä- tai joukkoliikenne-etua. Yllättäen lähes kymmenyksellä (9 %) oli polkupyöräetu ja joukkoliikenne-etukin oli 5 prosentilla vastaajista.

Vastaaja ajaa keskimäärin



Työautojen käyttövoima



36%
Yli kolmannes ajaa joillain muilla kuin fossiilisilla polttoaineilla.



Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset ovat liikettä luova voima. Liike pitää Suomen hyvinvoivana.

MMA valvoo alojen ammattilaisten yhteiskunnallista etua, tarjoaa työelämäturvaa sekä kouluttaa. MMA:n päämääränä on jäsenten menestys ja hyvinvointi.

mma.fi

