

MARKETER SCOPE

ESPAÑA 2024/25

ESTUDIO SOBRE LAS MARCAS / ANUNCIANTES MEJOR VALORADOS
POR LOS PROFESIONALES DE LAS AGENCIAS CREATIVAS Y DE MEDIOS

SCOPEN.COM



873
PROFESIONALES



MADRID (77,8%)
BARCELONA (17,3%)
OTRAS CIUDADES (4,9%)



MUJER (56,5%)
HOMBRE (43,4%)

474 PROFESIONALES DE AGENCIAS CREATIVAS

- **6,8** ANTIGÜEDAD MEDIA EN LA AGENCIA
- **6,3** ANTIGÜEDAD MEDIA EN EL CARGO
- **39,0** EDAD MEDIA



399 PROFESIONALES DE AGENCIAS DE MEDIOS

- **8,6** ANTIGÜEDAD MEDIA EN LA AGENCIA
- **5,8** ANTIGÜEDAD MEDIA EN EL CARGO
- **41,5** EDAD MEDIA



CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE IDEAL

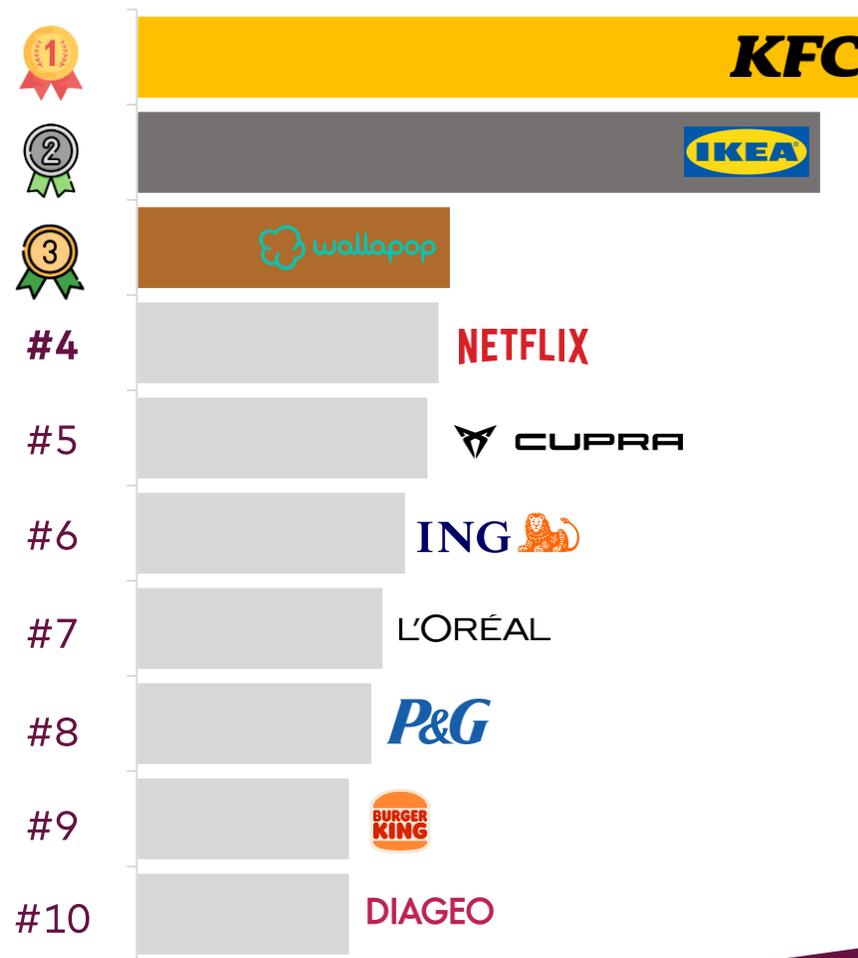


MARKETER SCOPE

ESPAÑA 2024/25



Cientes Ideales para los profesionales de agencias



P. ENTRE LAS EMPRESAS CLIENTE-ANUNCIANTE QUE CONOCE, ¿CUÁL O CUÁLES LE PARECEN EJEMPLARES Y PRÓXIMAS AL TIPO IDEAL?

CLIENTES MEJOR VALORADOS (SEGÚN LAS OPINIONES DE LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS)

LOS INTERLOCUTORES DEL DÍA A DÍA TIENEN NIVEL PARA TOMAR DECISIONES (NO JUNIOR)

66,0%



CUENTA CON BUENOS PROFESIONALES EN SU EQUIPO DE MARKETING

58,7%



COMPARTEN DATOS QUE NOS AYUDAN A ENTENDER SU NEGOCIO

50,6%



ES RESPETUOSA CON LOS TIEMPOS QUE DA PARA RESPONDER A PEDIDOS

48,6%



ES UNA COMPAÑÍA QUE BUSCA INNOVAR (TRANSFORMAR SU NEGOCIO)

46,9%



COMPARTEN RESULTADOS QUE NOS PERMITEN APRENDER PARA SIGUIENTES CAMPAÑAS

46,4%



**CLIENTES MEJOR VALORADOS
(SEGÚN LAS OPINIONES DE LOS PROFESIONALES DE AGENCIAS)**

**PREPARAN BUENOS BRIEFINGS PARA
COMPARTIR CON LAS AGENCIAS**

45,0%



**TIENE BUENAS METODOLOGÍAS Y
PROCESOS QUE FACILITAN LA RELACIÓN**

44,1%



**REMUNERAN ADECUADAMENTE
EL TRABAJO DE LA AGENCIA**

43,0%



**ES UNA EMPRESA AVANZADA
EN DIGITAL**

37,6%



**SON RESPETUOSOS EN CONCURSOS
(LIMITANDO EL NUMERO DE AGENCIAS)**

37,4%



**TOMAN DECISIONES PRIMANDO
LA CALIDAD SOBRE EL PRECIO**

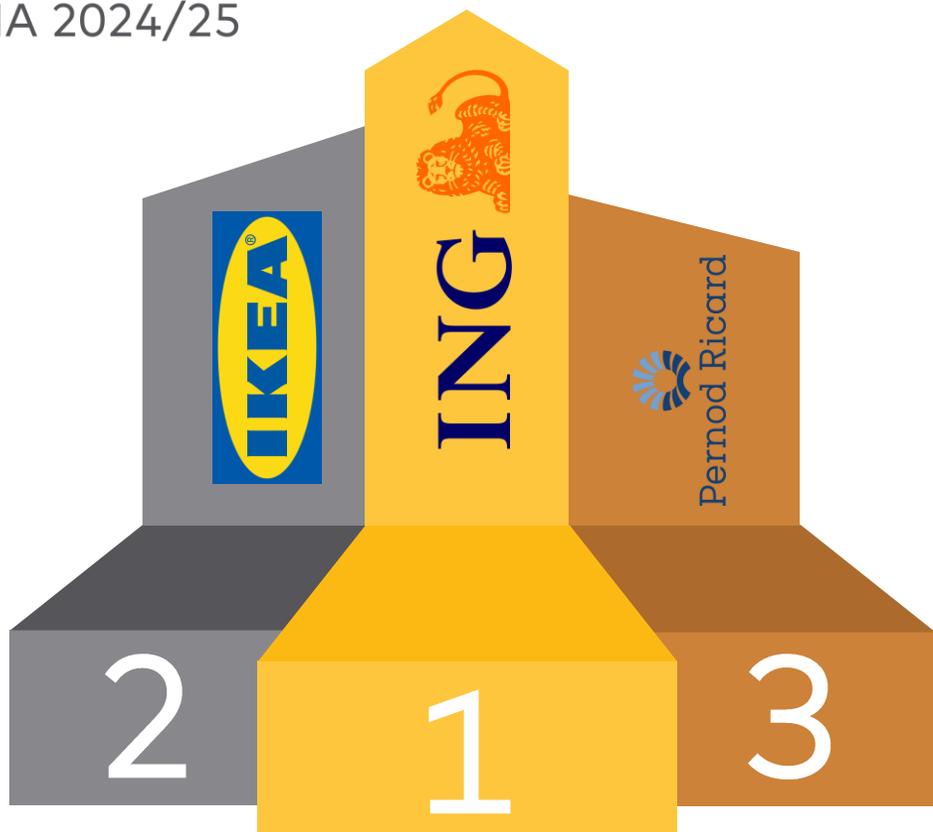
34,4%



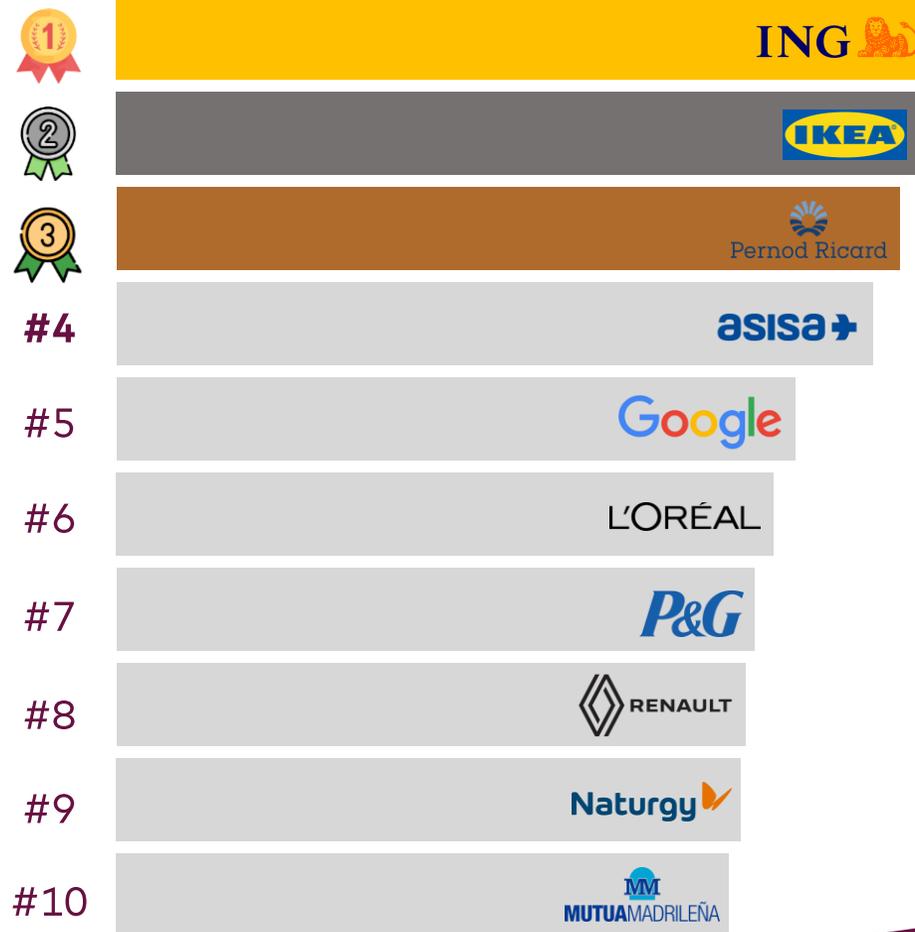
P. INDIQUE HASTA 6 CLIENTES CON LOS QUE TRABAJE EN LA ACTUALIDAD O HAYA TRABAJADO RECIENTEMENTE (DESDE SU AGENCIA O DESDE OTRA).
A CONTINUACIÓN, LE MENCIONARÉ UNA SERIE DE ATRIBUTOS PARA QUE, SEGÚN SU CRITERIO, LOS ASIGNE O NO A CADA CLIENTE.
NOTA METODOLÓGICA: SÓLO SE HAN TENIDO EN CUENTA COMPAÑÍAS CON 15 O MÁS PROFESIONALES OPINANDO SOBRE LA MISMA*.

MARKETER SCOPE

ESPAÑA 2024/25



Ranking Global de Clientes mejor valorados por los profesionales de agencias



P. INDIQUE HASTA 6 CLIENTES CON LOS QUE TRABAJE EN LA ACTUALIDAD O HAYA TRABAJADO RECIENTEMENTE (DESDE SU AGENCIA O DESDE OTRA).

A CONTINUACIÓN, LE MENCIONARÉ UNA SERIE DE ATRIBUTOS PARA QUE, SEGÚN SU CRITERIO, LOS ASIGNE O NO A CADA CLIENTE.

NOTA METODOLÓGICA: SÓLO SE HAN TENIDO EN CUENTA COMPAÑÍAS CON 15 O MÁS PROFESIONALES OPINANDO SOBRE LA MISMA'



Luis González Soto
CMO

"Nos gusta trabajar con socios que nos ayuden a explorar dónde están nuestros límites, que nos animen a arriesgar y que peleen por la diferenciación también en la comunicación, aunque a veces estemos incómodos y nos revolbamos en la silla cuando nos presentan una idea. Y el círculo virtuoso no funcionaría sin un gran equipo de marketing capaz de canalizar esa energía para aumentar el valor para la marca y la generación de negocio. Gracias socios y gracias equipazo por este reconocimiento".



Gabriel Ladaria
Chief Marketing & Insights Officer

"Estamos muy contentos por este reconocimiento, el cuál, viniendo de colegas del sector, nos hace especial ilusión. Ponemos mucho esfuerzo consciente en asegurar que nuestras agencias se sientan y puedan operar como el partner estratégico que son para nosotros con lo que este reconocimiento es la confirmación de que vamos en la buena dirección. Muchas gracias a todos".



Pernod Ricard



Christian Seel
Head of Marketing acceleration
Spain & Southern Europe

"Estamos muy orgullosos de recibir este reconocimiento de nuestros proveedores. La clave es ver a nuestras agencias como verdaderos partners de negocio, tratándolos con igualdad y un gran respeto por su trabajo. Al fin y al cabo, ellos son esenciales para hacer que las marcas de Pernod Ricard crezcan. También quiero expresar mi orgullo por el equipo de Marketing de Pernod Ricard España, que entiende y vive esta filosofía. El mérito es suyo".

¡GRACIAS!

Héctor Abanades (*Research Manager*) · habanades@scopen.com

Óscar López (*Research Director*) · olopez@scopen.com

César Vacchiano (*President & CEO*) · cvacchiano@scopen.com

[SCOPEN.COM](https://scopen.com)



SCOPEN

ARGENTINA · BRAZIL · CHILE · CHINA · COLOMBIA · INDIA · MEXICO · PORTUGAL · SOUTH AFRICA · SPAIN · UK