重构 增长 REIMAGINE GROWTH
第三届移动广告优化师大会

CMCOC 2020

重构移动广告新增长逻辑

暨《2020中国移动广告优化师发展白皮书》发布

陈第 Chandy

有米科技创始合伙人、 CEO

2020.10.24

我为什么坚持做移动营销？

生存 VS 热爱

让数字营销更科学高效

中国依然有很多创业者、商家，缺乏借助流量推广产品的意识和能力

快选品

优FO

CC数据

AppGrowing

投管家

数据产品和工具产品

信息流广告

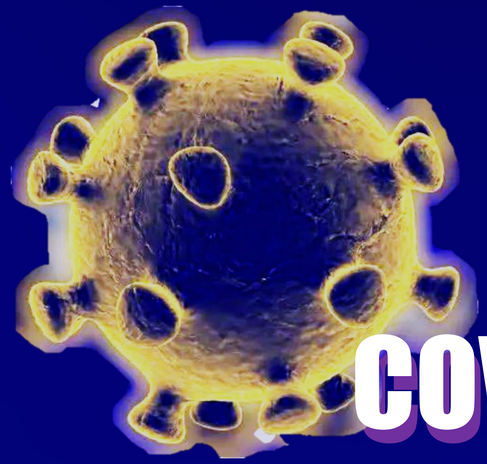
iOS/安卓ASO

CPD应用市场推广

营销服务

为什么要办这场大会?

始于优化，成于增长



COVID 19

5G

“疫情”激发了“重构”的进程

- 线下企业转型线上营销，谋求获客及增长的新方式
- 企业更为“精打细算”，自主投放、按消耗付费比全案式打包付费更为稳妥
- 5G的发展、wifi的环境使短视频流逐渐成为主流的浏览方式，信息流广告进一步往短视频倾斜
- “疫情”促使众多零售商家由面对面卖货转为“直播卖货”，大大催化了“直播电商”产业
- “创意”和“主播”表现力成为重要的营销要素，超越过往的“精准定向”逻辑

对行业的三点小预测

- “短视频流”和“直播流”将成为头部APP媒体的必备模块，短视频的广告创意和内容越来越融合
- “优化师”的职能产生更多的延伸，编剧、拍摄、剪辑制作等新的工作，综合型“互联网营销师”崛起
- 无论信息流广告还是找主播带货，基于数据分析的投放决策显得越来越重要

让数字营销更科学高效

2020 China Mobile Advertising Optimizer Development Report
中国移动广告优化师
发展白皮书
有米研究院 + 猎聘 + AppGrowing 联合发布

2020优化师群体画像

萌新居多
超7成工作经验为3年以下

90后新势力
90后总占比为86.8%

妹子奇缺
72.6%为男性

漂在大城市
超过5成在北上广深工作

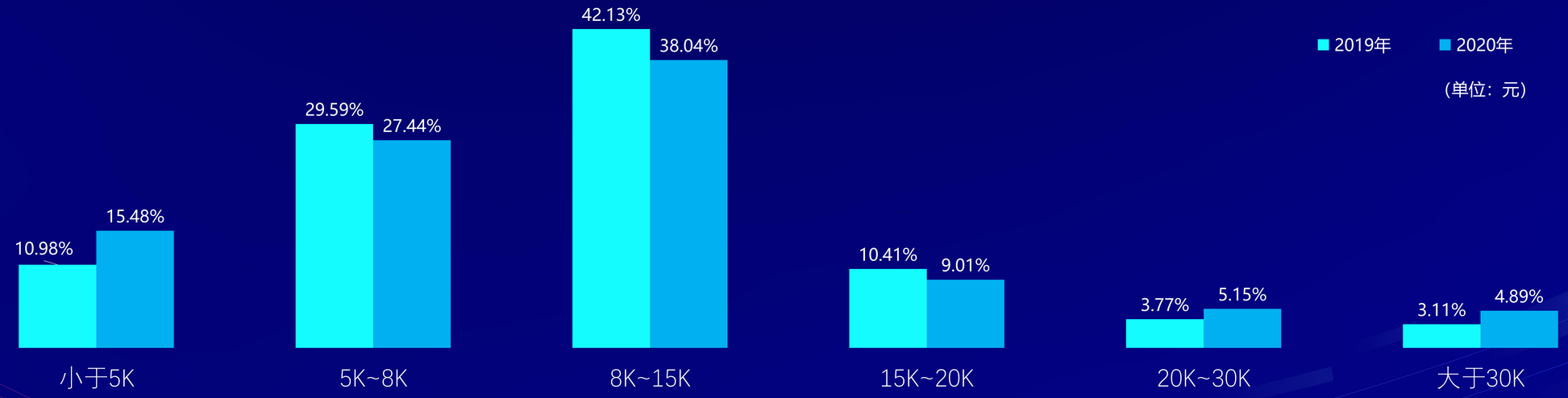
单身率高
47.9%的优化师仍单身

高学历
57.1%为本科及以上

2020年优化师薪酬呈两极分化，低薪与高薪优化师占比均有提升

优化师群体的中坚力量月薪8-15K；

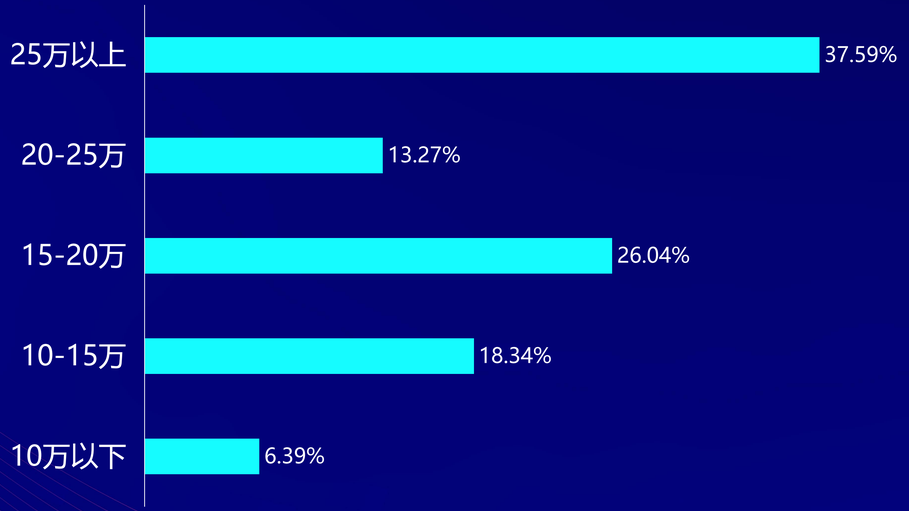
2020年优化师薪酬马太效应明显，月薪不足5K的优化师比例增加4.5%，而月薪高于20K的优化师占比也提升了3.16%。



2019年 VS 2020年 移动广告优化师月薪分布

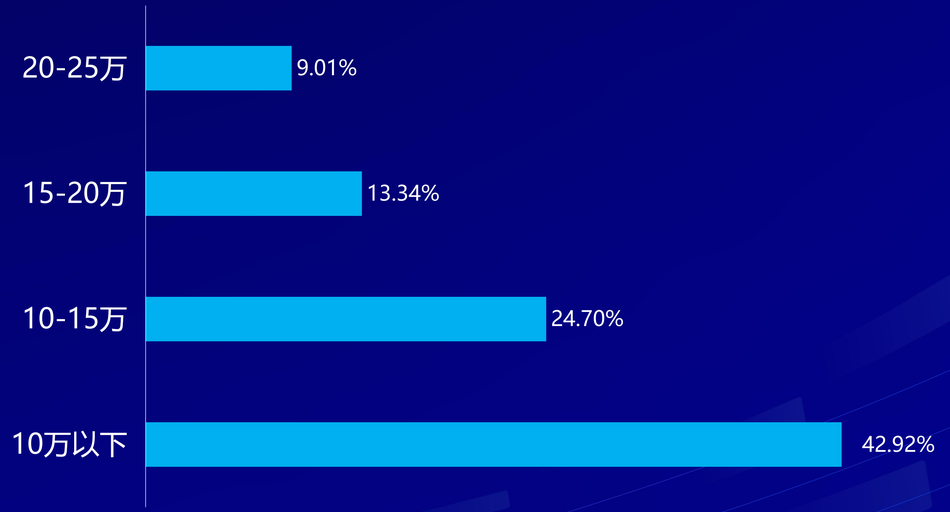
招聘求职双方“薪酬差”巨大，高端人才一将难求

2020年优化师收入现状，年薪低于15万超过6成，而猎聘智库显示招聘方给出超过15万年薪的岗位超过7成，优化师人才供需断层严重，高端人才一将难求。



数据来源：猎聘智库大数据。

2020年发布中高端优化师招聘岗位年薪



数据来源：App Growing优化师调研

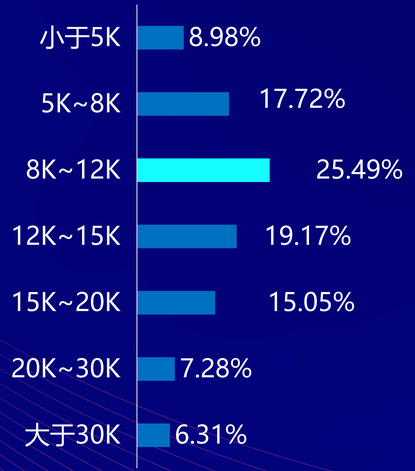
2020年移动广告优化当前年薪分布

TOP5 城市平均薪酬PK：北京、上海最土豪，杭州低薪占比高

CMCC 2020

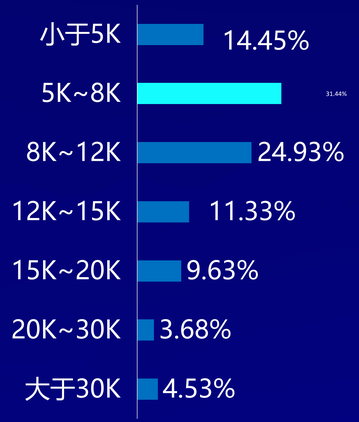
北京市

平均月薪： ¥13085



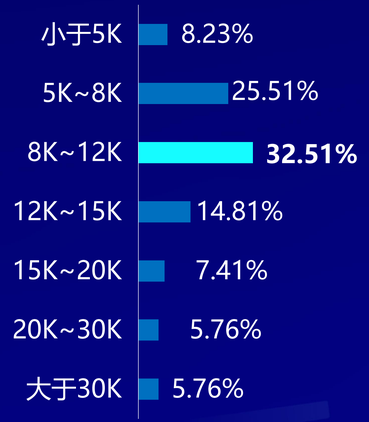
广州市

平均月薪： ¥10755



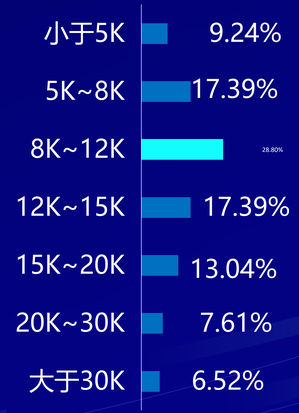
深圳市

平均月薪： ¥11786



上海市

平均月薪：¥12962



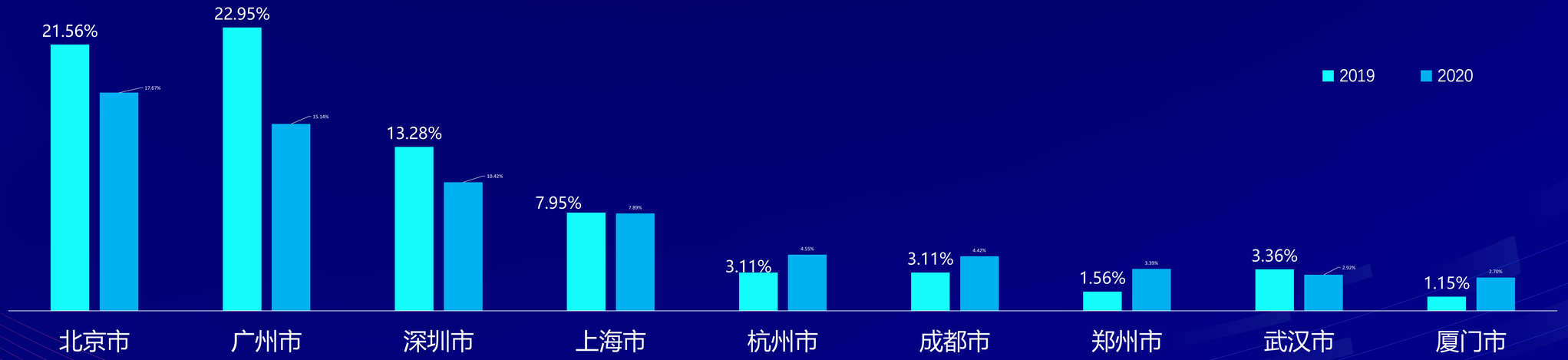
杭州

平均月薪： ¥11774

2020年 移动广告优化师 TOP5城市月薪分布

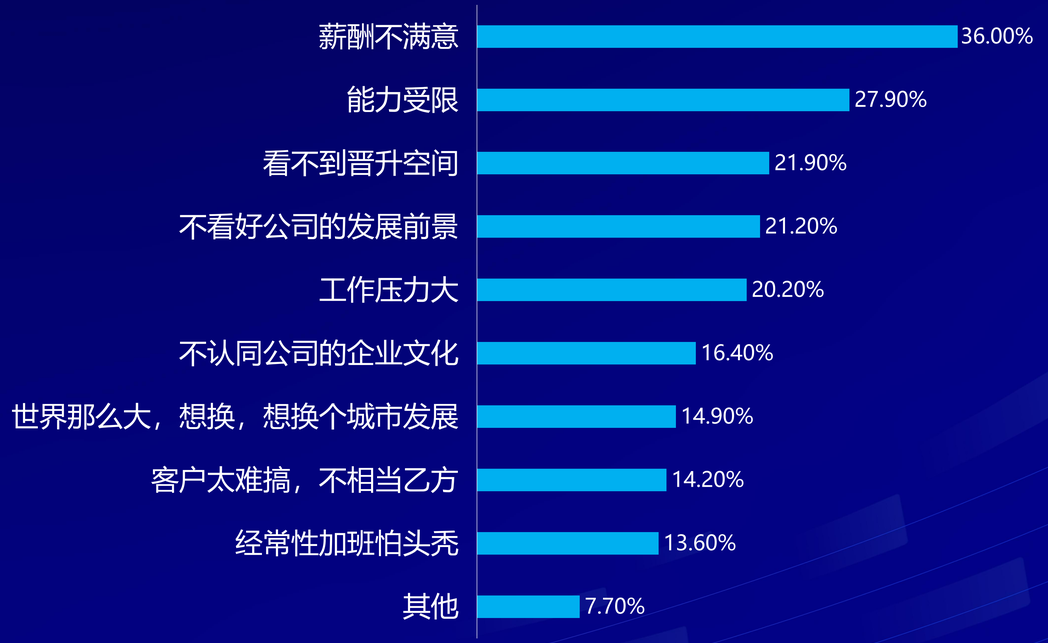
相比2019年，优化师群体已显现出下沉到非一线城市的趋势

在工作城市分布上，北上广深吸引了超过5成优化师就业；
但与2019年相比，北上广深优化师占比都出现不同程度的下降，优化师群体有逐渐下沉到非一线城市的趋势。



跳槽原因千千万，薪酬不满意、能力受限是优化师跳槽主要原因

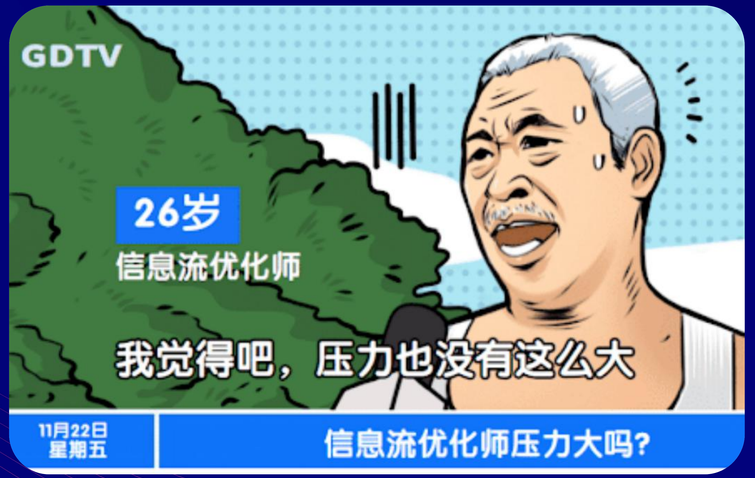
杰克·马

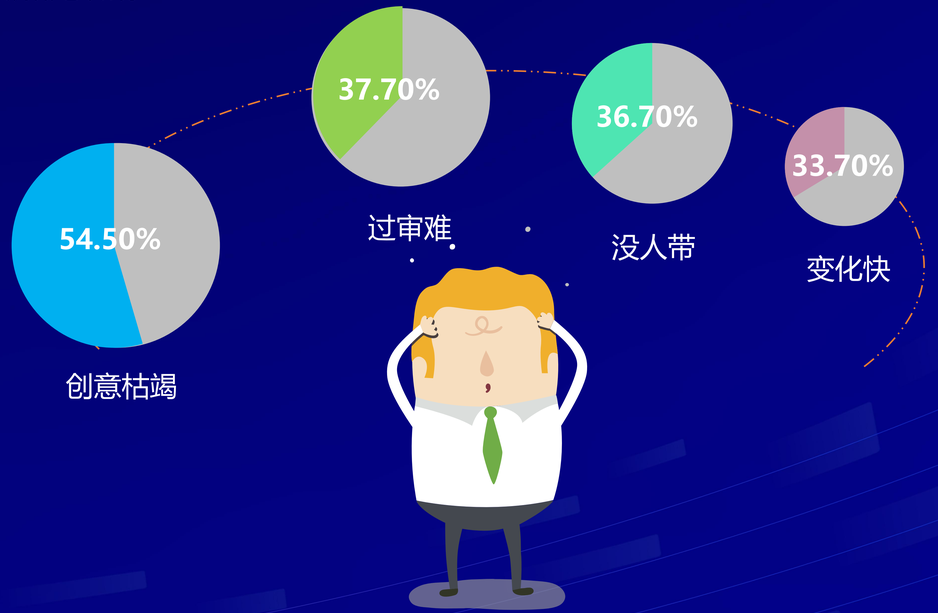


2020年移动广告优化师跳槽原因盘点

超半数优化师认为“创意枯竭”是优化师最大焦虑来源

超半数优化师认为“创意枯竭”是优化师最大的焦虑点，如何解决优化师创意灵感焦虑，成为优化工作破局点；
除创意焦虑外，“过审难”、“没人带”、“变化快”是优化师另外三大焦虑点。

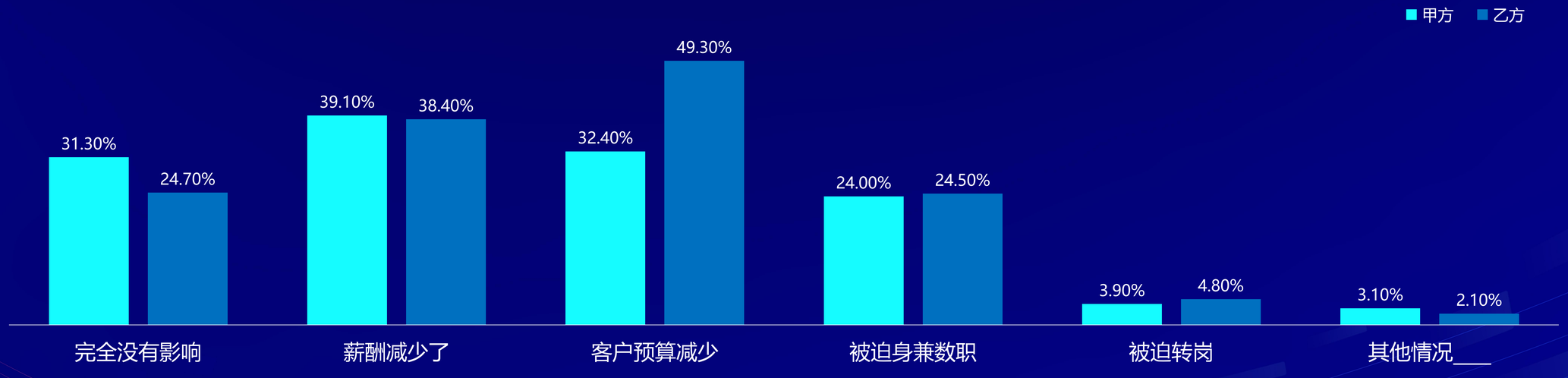




仅3成优化师表示不受疫情影响，客户预算减少是乙方遭受的最大困扰

CMCOC 2020

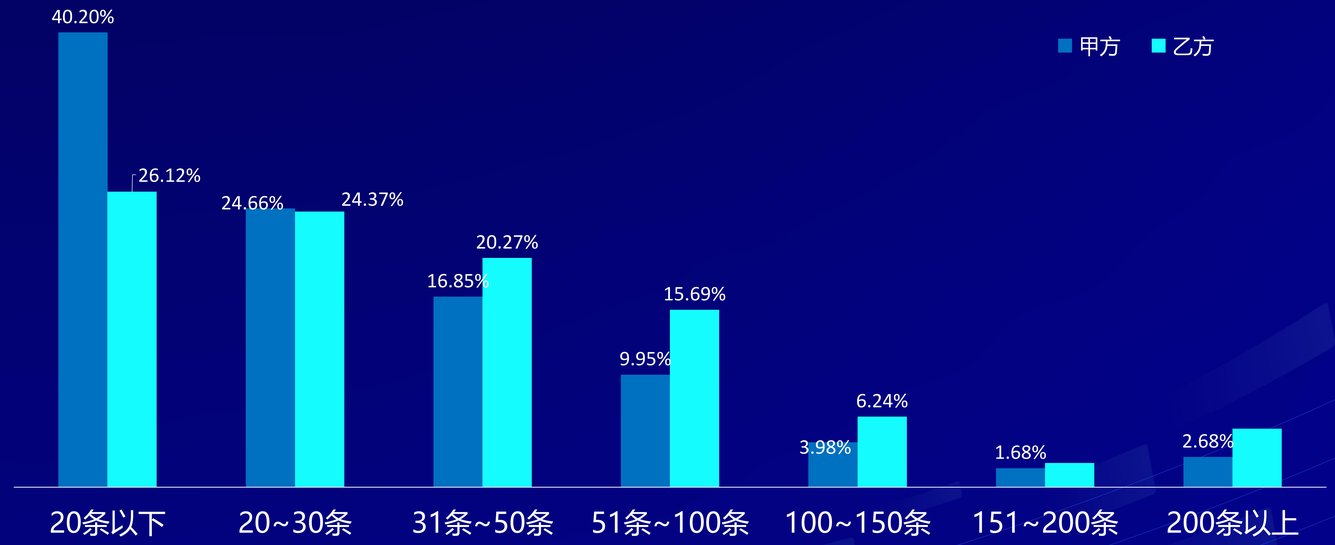
仅3成优化师表示不受疫情影响，近4成优化师受疫情影响，薪酬降低，乙方优化师近5成受客户预算减少影响。



2020年疫情下对移动广告优化师有哪些影响

甲方日均上计划43.1条，乙方优化师比甲方每天平均多上12.6个计划

CMCOC 2020



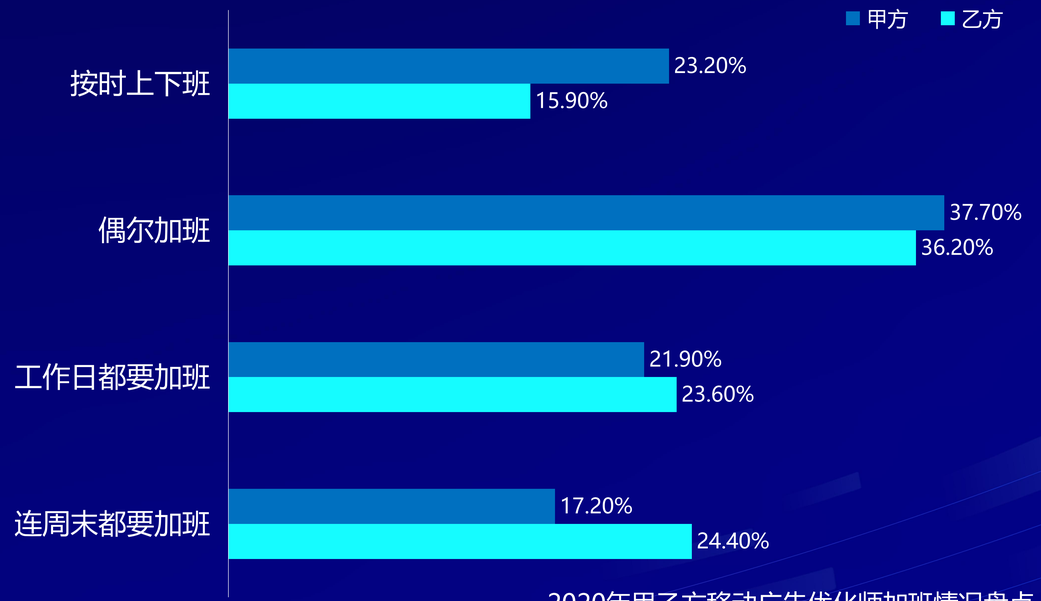
2020年甲乙方移动广告优化师日均上计划数统计

76.8%的优化师表示每天都有做不完的工作，仅2成优化师能准点上下班

CMCOC 2020

优化师日均工作时长9.75小时，相比起甲方优化师，乙方优化师加班情况更常见。

忙完这一阵，就可以接着忙下一阵了！

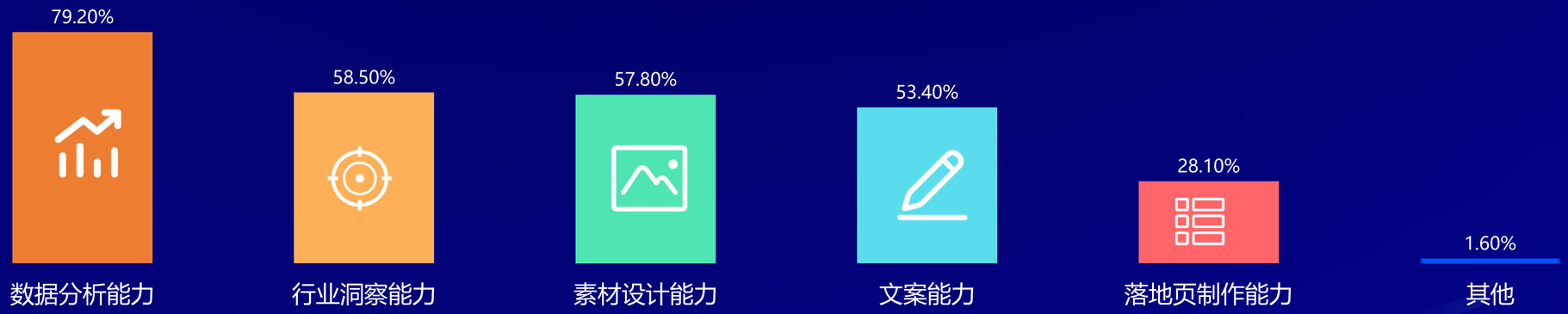


2020年甲乙方移动广告优化师加班情况盘点

近8成优化师最希望提升数据分析能力

CMCOC 2020

“数据分析”是优化师最看重的工作技能，数据分析能力提升能帮助优化师快速定位投放问题，寻找增长破局点；
“行业洞察能力”及“素材设计能力”并列为优化师另外两个关注的技能类型。

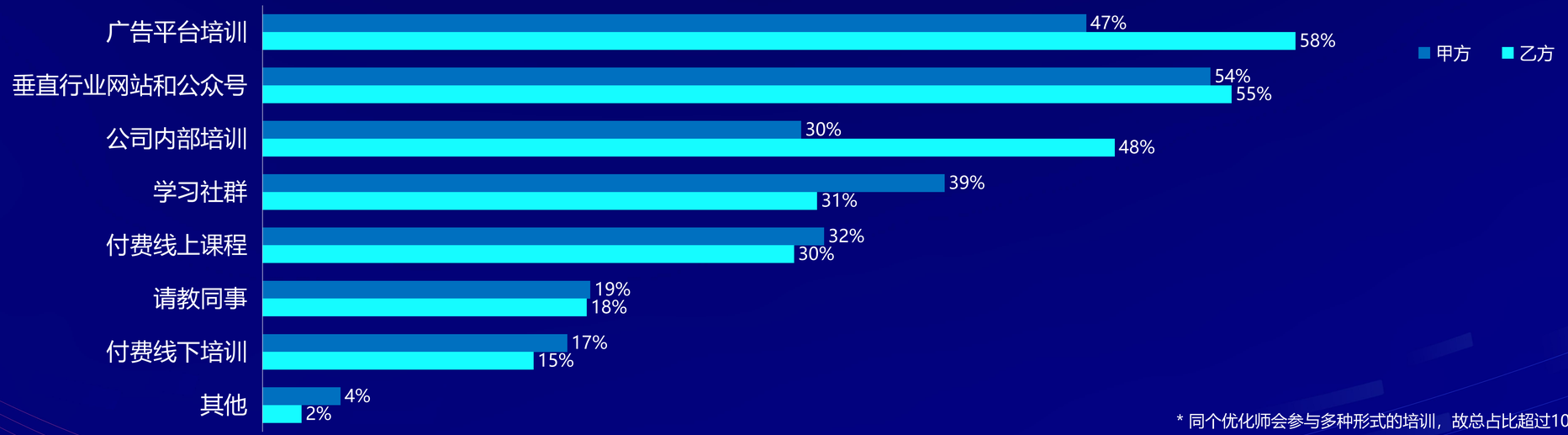


说明：单个优化师可选择3项其最看重的技能，故总占比会超过100%

2020年移动广告优化师最看重的能力类型

乙方优化师主要通过广告平台培训提升自我，甲方则更依赖垂直行业资讯实现增值 CMCOC 2020

乙方优化师的成长主要通过广告平台培训及公司内训，有较成体系的成长计划；
甲方优化师成长提升更依赖阅读垂直资讯内容、学习社群交流进行自我学习。



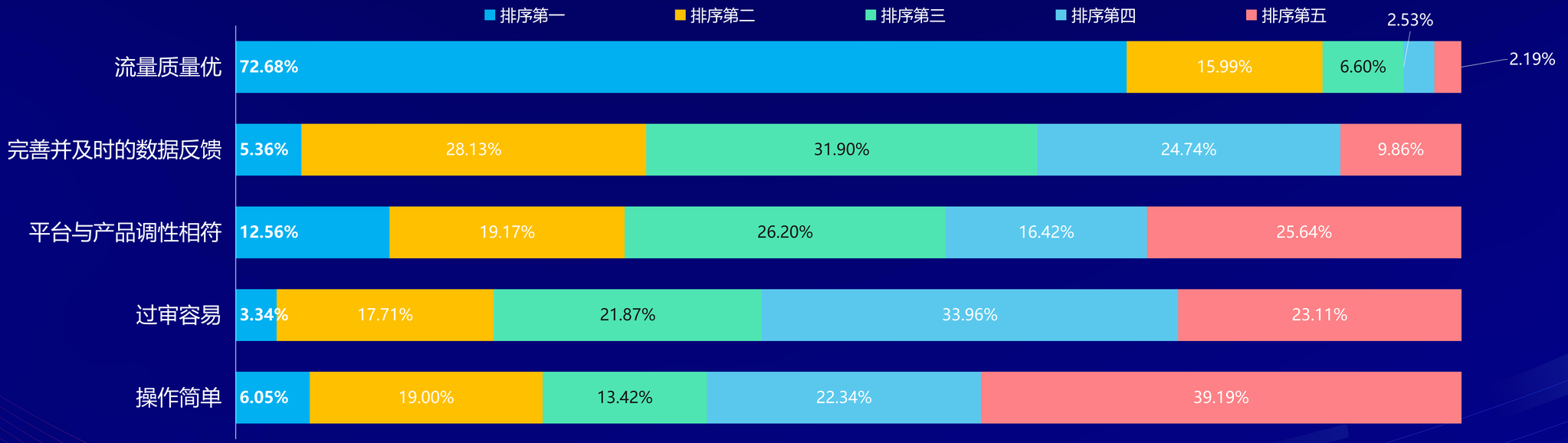
* 同个优化师会参与多种形式的培训，故总占比超过100%

2020年甲乙方移动广告优化师参加培训方式分布

选择平台三大因素：“流量资源优”、“数据反馈完善”、“产品调性相符”

CMCOC 2020

综合排序： 流量资源优>完善并及时的数据反馈>平台与产品调性相符>过审容易>操作简单

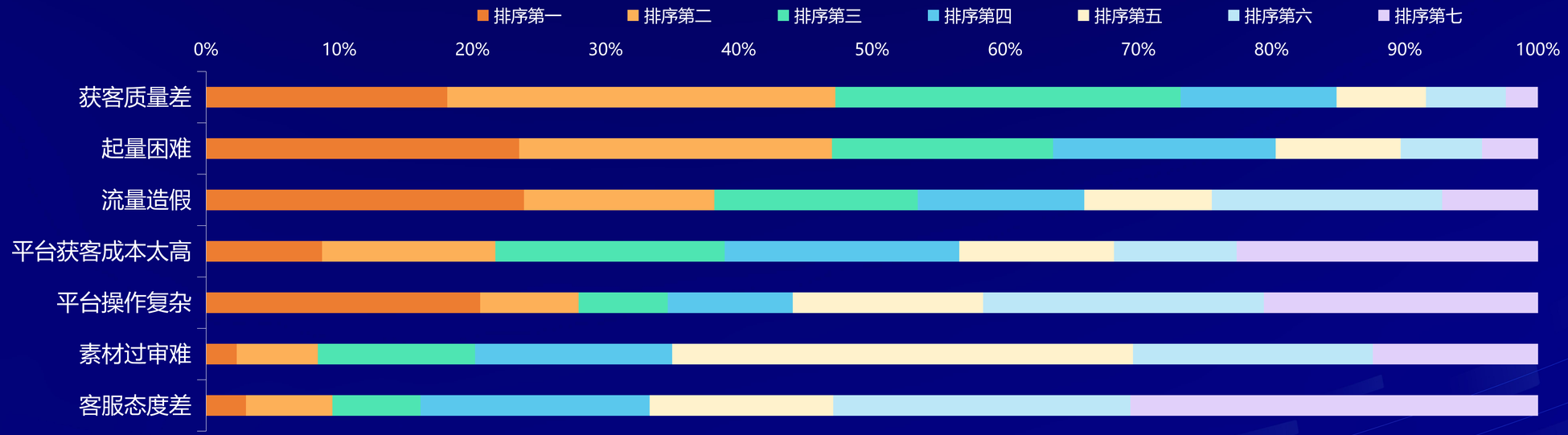


* 排序越高，说明优化师越重视。即排序第一则为优化师最为重视的因素

2020年移动广告优化师选择平台的决定性因素调研

弃用平台的三大因素：“获客质量差”、“起量难”、“流量造假”

综合排序：获客质量差>起量困难>流量造假>平台获客成本太高>平台操作复杂>素材过审难>客服态度差



* 排序越高，说明优化师越重视。即排序第一则为优化师最为重视的因素

2020年移动广告优化师选择平台的决定性因素调研

万物互联时代
组织管理奠基之作
共生
陈春花 赵海然 著
共生
未来企业组织进化路径
从分工到协同，揭开数字时代的底层管理逻辑
陈春花 赵海然 著
中信出版集团
先见

2020 China Mobile Advertising Optimizer Development Report

中国移动广告优化师发展白皮书

有米研究院 + 猎聘 + AppGrowing 联合发布

扫码获取完整内容

2020 China Mobile Advertising Optimizer Development Report

中国移动广告优化师发展白皮书

有米研究院 + 猎聘 + AppGrowing 联合发布

扫码获取完整内容

2020 China Mobile Advertising Optimizer Development Report

中国移动广告优化师发展白皮书

有米研究院 + 猎聘 + AppGrowing 联合发布

扫码获取完整内容

2020 China Mobile Advertising Optimizer Development Report

中国移动广告优化师发展白皮书

有米研究院 + 猎聘 + AppGrowing 联合发布

扫码获取完整内容

2020 China Mobile Advertising Optimizer Development Report

中国移动广告优化师发展白皮书

有米研究院 + 猎聘 + AppGrowing 联合发布

扫码获取完整内容