

CMCOC 2021



CMCOC 2021
RIDE THE WAVE

顺势而为，迎接下一个风口

暨《2021中国移动广告优化师发展白皮书》发布

陈第 Chandy
有米科技 CEO

2021年12月18日



变化

金融

手游

教育培训

明确持牌运营机制

互联网企业的相关业务
被纳入监管体系

未成年人防沉迷

网络游戏企业从严落实
未成年人网游防沉迷

“双减”政策

教培机构大规模裁员，业务转型
K12 疯狂时代结束

危机危机，危中有机



机 遇



新电商

- 符合内容电商新趋势，带动实业、促进乡村振兴消费、去库存等



出海

- 国家宏观政策支持，有利于一带一路、体现国力、去产能等

抖音电商带货成为营销新战场

50倍

抖音电商2021年1月交易额
同比增长50倍

395亿

抖音双十一直播间
累计观看395亿次

2546万

“抖音双11好物节”
直播总时长2546万小时

+61%

2020年1月-8月
抖音带货直播观看时长
增长61%

手游、网文出海与跨境电商

 **>20%**

2021年上半年
中国游戏厂商在全球游戏市场
份额超过2成

 **30**亿元

预计到2021年底
中国网文在海外市场规模
有望突破30亿元

 **4195**亿元

2021年Q1我国跨境电商
进出口达到4195亿元
同比增长46.5%

如何把握新电商机遇？

从蛮荒时代到精细化运营

平台洞察 — 打造好产品 — 好内容好营销

洞 察



媒体平台

- **智能化、自动化** 广告系统技术及算法的提升，有效简化优化师重复操作
- **短视频、直播** 短视频种草及直播拔草，成为商家的标配
- **创意多样化** 严控创意同质化，素材审核标准更高，避免用户陷入广告疲劳
- **差异化定位** 吸引与平台受众匹配的广告主、助力广告主辐射目标用户

洞 察



商家/广告主

- 科学选品

盲目跟品，纯广告卖货的模式成为历史，商家更重视精细化运营，通过大数据选品工具，更精准定位高潜力的细分赛道，快速实现增长。

- 品牌化趋势

据快选品统计，2021年7-11月累计销量超过100w的抖音店铺中，48%为品牌商家，品牌电商销售表现强势。抖音电商从 1.0（鲁班）→2.0（直播）→3.0（内容+品牌），2022年是内容和品牌打造的好时机。

洞 察

“投流师”成为香饽饽



优化师

- 一场超过**1000万元GMV**的直播需要千万量级的流量核销的**流量投放费用为200万-300万元**
- “**投流师**”负责直播间流量投放引流直播间，成为直播间冷启动的**关键人物**

建 议



优化师

- **持续学习**：加强全链条运营知识的学习

加强对电商运营相关知识的学习，包括不限于选品、定价、套餐组合、供应链、仓储物流等

- **更重策略**：从操作员转型为策略师

重视对商品、消费者的把握，从“优化”走向企业的“内容营销策略操盘手”

如何把握出海新机遇？

手游出海

- 美日韩为手游主要出海目标国，
收入总占比超5成
- 广告投放数据相对均衡，
欧美、亚洲国家贡献主要广告数

- 2021年 1-8月海外不同国家与地区投放移动广告的数量占比 -



美妆出海

- 2020年全球美妆行业整体**增速23%**，
国货美妆出海增长**超10倍**
- 头部出海国货美妆品牌Top26中，**超6成品牌**把**东南亚和日本**作为出海主战场



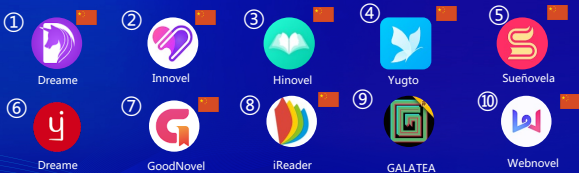
- 花西子投放欧美广告-



- 滋色投放日本广告-

文创出海

- Q3 网文APP推广榜TOP10中，有8款来自于国产厂商



立足全球，把握移动营销市场趋势 洞悉潜在机会点

App Growing Global

手游、小说等行业广告情报追踪

- 挖掘45+国家及地区亿级创意素材
- 实时监测全球23+流量平台
- 15万+游戏App投放&出海策略

GoodSpy

全球跨境电商广告分析平台

- 200万+独立站广告情报
- 监测跨境商品投放策略
- 洞察店铺推广流量排行

有米云 · 让营销更科学高效

《2021移动广告优化师发展白皮书》



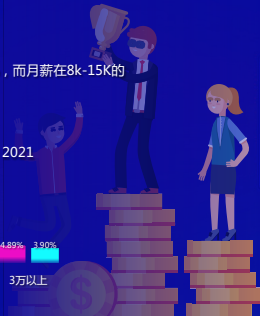
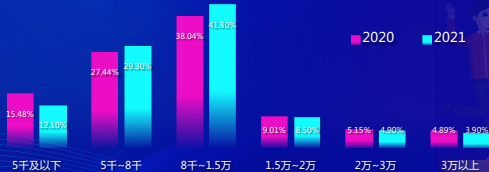
2021年优化师群体画像

- 优化师典型形象仍然保持萌新多、漂在大城市、90后新势力、单身率高、妹子奇缺、高学历6大特点
- 男性从业者的比例由去年的72.6%下降到今年的69.1%，更多女性优化师加入从业大军



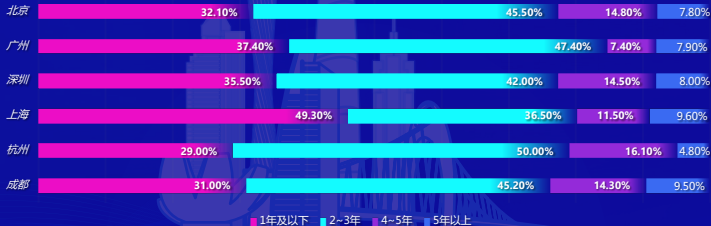
优化师薪资两极分化现象减弱

- 4成优化师群体的薪资在8k-15k
- 2021年优化师薪酬呈现上升趋势，月薪不足5K的优化师比例减少3.38%，而月薪在8k-15K的优化师占比提升了3.26%



工作3年以内的优化师占八成，上海的萌新最多

2021年不同城市移动广告优化师工作年限分布



优化师焦虑主要来源：没灵感，低效率！

19%
创意枯竭

9%
全天候盯户

17%
重复性工作多

15%
政策严，过审难

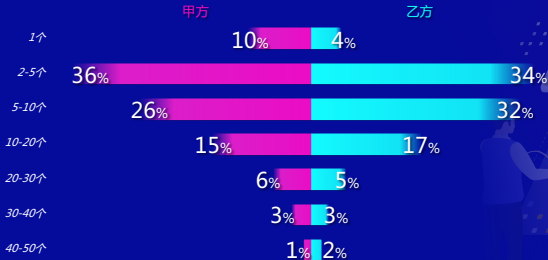
11%
KPI压力

10%
行业更新快

16%
缺乏系统学习

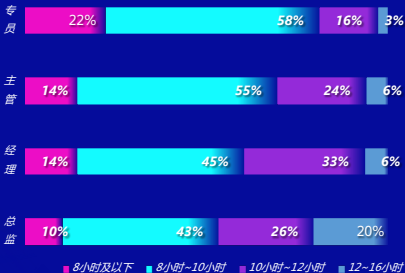


一人多户是常态，数量集中在10个以内



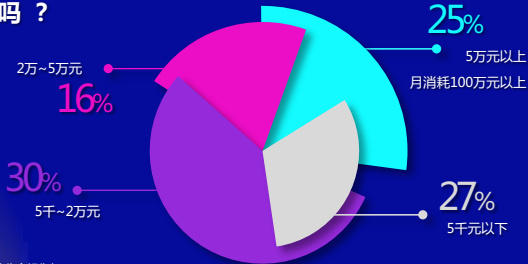
*2021年甲乙双方移动广告优化师当前管理账户数统计

优化师每天工作
8小时以上是常态
超4成总监超过**10小时**



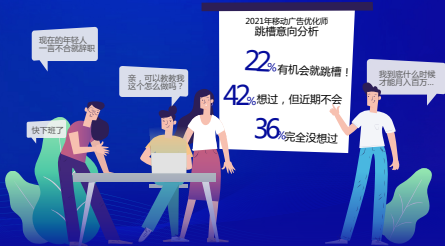
*2021年不同职级的移动广告优化师工作时长统计

25% 的优化师月消耗 100w+ 你达标了吗？



*2021年移动广告优化师日均消耗广告金额分布

优化师职场压力 ——钱少、活多、愁能力

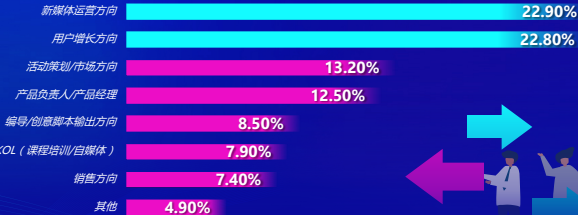


2021年移动广告优化师 职业压力盘点

薪酬不满意	42%
加班到头秃	33%
个人能力发挥受限	31%
企业前景有限	24%
晋升压力	23%
考虑转行	15%
想要诗和远方	14%

新媒体、用户增长方向是重点转岗方向

2021年移动广告优化师转岗的主要考虑的方向盘点



即使前路崎岖
我心依然充满阳光

50%

可能会被机器取代，
需要提前想好出路

38%

对未来充满希望

不太乐观，行业竞争激烈

34%

*2021年移动广告优化师对于优化师行业的看法

最后，来听听优化师的声音

“从电商网服到金融，不断学习新玩法；从一线代理到行业自媒体，从未停止拥抱变化” —— 三里屯信息流主编 晨冰

“教就是最好的学！持续思考每一次优化是否有可复制的经验或优化方法；如此循环，你会比其他优化师成长得更快”

—— 艾奇在线联合创始人 艾奇陈sir

“当你发现你的努力，让数据越来越好，成本越来越稳定。那是一种兴奋到彻夜不眠的状态” —— 知塔SEM 互联网投放老将

“优化师，一段不断探索人的兴趣点的掉头发之路”
—— 来自苏州的一名信息流投放仔 小包子

“把广告投放往简单想，不要老想找原因，多新建，少调整”

—— 20岁青年公众号主理人 王伟

“感谢有这么一个行业，让自己处于不断学习的状态”

—— 买量江湖公众号负责人 孤狼

“从SEM到信息流、二类电商，从甲方到托管服务方，努力提升自己，让客户更信任”

—— 木比白，92年广告优化师，多家行业媒体作者

虽然优化师的经历不尽相同
但TA们始终...

积极乐观，不断学习
顺势而为，拥抱变化



扫码获取完整报告！

CMCOC 2021



CMCOC 2021
RIDE THE WAVE

感谢聆听！

