

17 | 职业发展：新人入行，如何判断自己是否适合做广告产品？

2022-04-06 郭谊

《大厂广告产品心法》

课程介绍 >



讲述：郭谊
时长 19:25 大小 17.80M



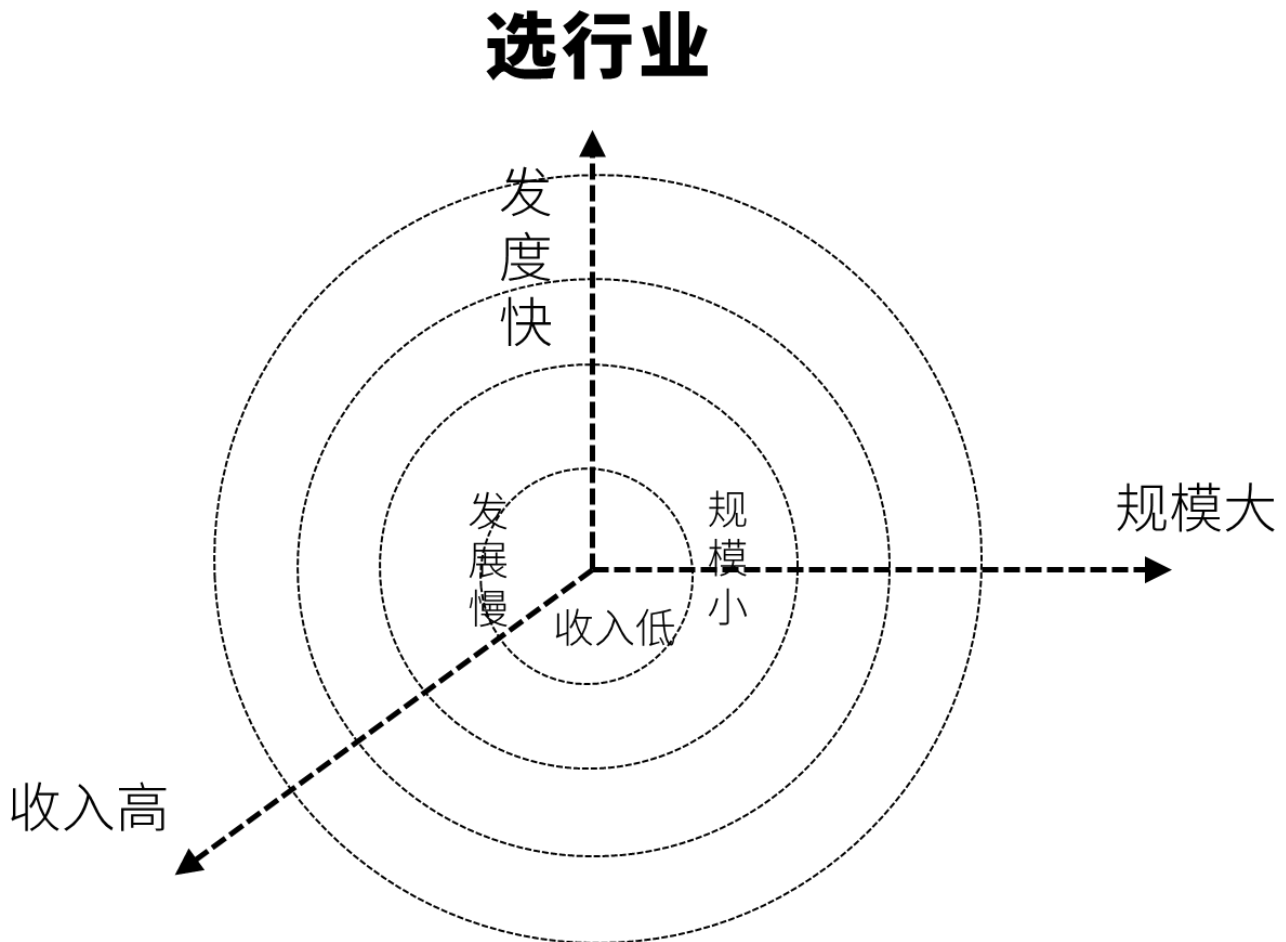
你好，我是郭谊。

前面所有的内容，都是在教你如何快速成为一个广告产品的内行，教你如何看业务、做工作，是集中在“事”的。从这一讲开始，我们要聊聊“人”。首先要聊的，相信也是你最关心的话题——你个人的职业发展。如果你一直在关注广告产品，或者通过本专栏的学习，对广告产品产生了浓厚的兴趣，那么接下来，你应该判断一下自己适不适合进入广告产品行业？能不能进入一线大厂工作？

在这一讲中，我将从外因、内因、分工等各个角度，为你全方位地分析一下，你是否适合进入广告产品行业。我将从这 6 年多以来接到的诸多职业规划咨询中，挑选一些典型问题进行解答。希望这一讲能够帮助你理清思路，让你可以更加清爽自信地迈上未来的职业道路。

外因：选行业，先看大趋势

在职业规划咨询中，我们面临的第一个问题，不是如何进入一个行业，而是先判断这个行业是否值得进入。这主要看三个方面：行业规模、行业发展速度、从业人员收入。



行业规模：从行业规模来看，2021 年仅互联网广告产品市场规模就已经接近 5500 亿元。广告产品行业无疑拥有一个量级巨大的市场。

行业发展速度：即使在 2021 年这样的特殊时期，广告产品行业也保持了超过 9% 的年同比增长率，而且之前每年也是在不断增长中。考虑到未来会出现物联网、车联网等新的网络环境及媒体终端，广告产品行业应该还会继续发展。

从业人员收入：在我所工作过的互联网广告产品领域，广告产品经理等从业人员的收入可以参照互联网行业整体的收入。此外，因为广告产品部门属于商业化部门，是公司的挣钱部门，所以我们可以实实在在地看到我们的工作为公司创造的收入。一个能够直接为组织实现商业化变现的专业人士，无论媒体环境如何变迁，总能找到用武之地。

回顾我自己十多年的从业生涯，我认为广告产品行业无论从规模、发展速度还是从业收入上来说，都是值得考虑的入行方向之一。而且，相信通过本专栏的学习，你可以认识到这

是一个专业性要求很高的领域。如果决定入行，希望你通过自己的努力，早日成为这个领域的专家。

内因：从哪些方面判断自己是否适合一个岗位？

除了以上所说的外因之外，内因也是非常重要的。因为外因是通过内因才能起作用的。所谓内因，指的就是你的职业能力是否适合这个岗位。

我从某招聘平台上随机摘取了一则广告产品经理的招聘信息。从这则招聘信息中，我们可以看到，一个岗位所要求的职业能力，可以分成知识、技能、才干等三个层级。

职位描述

工作职责:

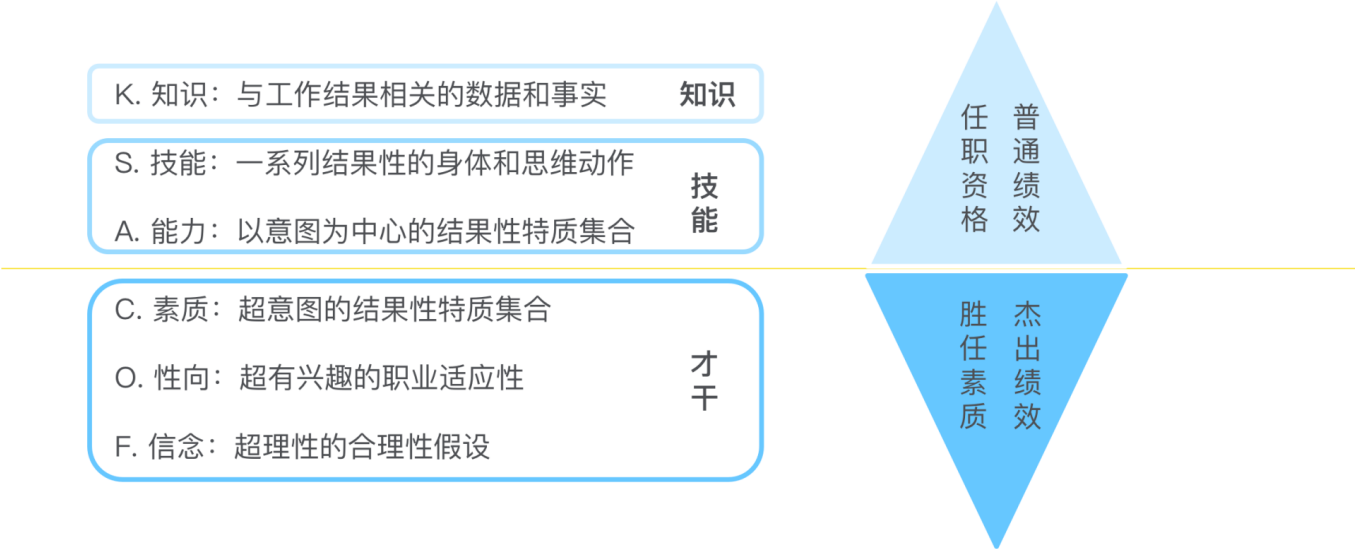
- 负责部门业务的商业产品和广告产品的工作，包括商业产品规划、产品设计、运营和落地，通过产品驱动业务增长，为收入指标负责
- 对负责的项目制定有效的产品方案和推进计划，撰写高质量的MRD需求文档，进行任务拆解，协调及推动协作团队按时、高质量完成任务，推进产品快速落地
- 持续关注市场和行业动态，负责产品(行业竞品)相关信息的收集与分析，挖掘市场和用户需求，寻找高潜力提升点，持续产品创新，提供有效的产品解决方案
- 协调上下游，推动变现策略的快速迭代，不断提升流量变现效率

任职要求:

- 本科及以上学历，5年以上互联网产品经验，有商业广告产品、C端产品、线索分发等相关经验者优先
- 深度了解互联网广告业务，有较强的商业思维、业务敏感性和数据分析能力，对用户体验有高敏感度
- 有较强的责任心，具备良好的自我驱动能力，能主动推进业务进度，对业务目标和用户体验负责
- 学习能力强、逻辑思维强、思维活跃，善于思考和判断，具备极高的工作热情
- 具有良好的计划、组织和执行能力，有较强的沟通协调和表达能力

这三个层级来自职业能力结构的冰山模型：

职业能力结构



极客时间

职业能力中最顶层、也是最容易通过笔试、面试等环节被考核的就是知识。当你进入一个新的行业领域，你需要重新学习新的知识，就好比通过订阅这个专栏学习广告产品的相关知识。像上面这个招聘信息里提到的“深入了解互联网业务”就属于知识部分的要求。这个部分的特点是只要你想学，在现在这个时代总能找到学的途径，但是它无法单独构成职业能力，因为光有知识是没办法真正搞定工作的。

技能指的是你真正能够操作、完成的事情。像上面这个招聘信息中提到的大部分职责都是广告产品经理所必需的专业技能。除了专业技能，还有通用技能，例如商业思维、业务敏感性和数据分析能力、计划、组织和执行能力，以及沟通协调和表达能力等。技能有一定的迁移性，尤其是通用技能。一般，专业技能通过相关工作经验来体现。如果你的履历不能完全体现，那就要通过实习项目、个人作品等来证明你具备一个广告产品经理应具备的专业技能。

才干指的是你的个性、品质、特征。像上面这个招聘信息中提到的“较强的责任心，具备良好的自我驱动能力”、“学习能力强、逻辑思维强、思维活跃，善于思考和判断，具备极高的工作热情”就属于才干。才干可以是你的天赋，也可以通过后天的学习和实践习得。它在职场上无法被独立识别，需要结合知识与技能才能体现出来，但它会决定职业发展的上限。

你可以把自己现在的职业能力拆解成知识、技能和才干三个部分，和广告产品经理应具备的职业能力结构中的这三个层次进行对比。以下是我总结的一份典型的广告产品经理的职业能力结构表，供你参考。

广告产品经理的职业能力结构	
知识	广告产品相关知识、必备的互联网技术知识、营销相关知识等
技能	专业技能：商业产品规划、需求调研、产品设计、产品运营、产品需求文档撰写等等； 通用技能：数据分析能力、项目管理能力、沟通能力、执行力、相关软件操作能力等等
才干	有责任心，具有快速学习能力，逻辑思维能力强， 好奇心强，自驱力强，追求影响力，高度的工作热情

通过我们的专栏，你在知识和专业技能方面会有快速的、有针对性的提升。至于通用技能部分和才干部分，就需要你从自己以往的工作、实习等项目经验中去提炼了。

如果你发现自己在某些方面还不是完全匹配，也没关系。每个人都有职业成长性，重要的是你是否看好和热爱广告产品这个行业。拿我本人来说，我入行的时候只是喜欢互联网公司快节奏和专注于业务的职场氛围。随着广告产品工作经验的积累，我的专业知识、专业技能，包括我的逻辑性、沟通能力、项目管理能力、规划能力等才有所提升。而这个行业给予我个人的成长与思考，也让我对这个行业有了更多的热情 and 责任感，包括今天通过这个专栏把经验分享给你，部分原因也是期待能够回馈行业。

广告产品经理的内部分工

完成了行业判断和职业能力结构对照之后，你还需要进一步了解广告产品经理的内部分工，这样才能对自己适合及向往的具体职业方向做到心中有数。

广告产品经理并非铁板一块，以我在 BAT 的经验来看，细分方向至少包括以下这些：

- 前端广告产品设计：这类广告产品经理的重点工作是广告产品前端样式及策略设计，例如上线一个激励视频广告，广告位开在哪些媒体、哪些页面的哪些位置、尺寸多少，物料是什么格式、文件大小多少，激励点设计在什么环节，支持什么样的频控，支持哪些用户标签等等，都是这类广告产品经理负责。这个方向要求你熟悉各种主流的广告产品样式及策略，对用户体验有较高的敏感度，能够在流量变现与用户体验之间找到平衡。
- 广告产品平台设计：这类广告产品经理专注于我们在上一讲中所说过的平台类产品的设计。这个方向要求你熟悉各大厂的相关平台类产品的架构及设计思路，具备较高的系统性思维和规划能力。和前端广告产品设计方向相比，平台设计更强调优先保证对业务的支持能力，能够支持整个 workflow，更强调效能和风险控制，对于用户体验相对而言要求

不是那么精细。广告平台产品经理和研发团队中的前端（Front End，FE）、工程等团队打交道较多。

广告策略设计：这类广告产品经理设计的对象不是可见的广告位或者广告平台产品，而是隐藏在其后的策略，例如用户标签体系建设、精准定向策略、转化优化策略等。策略产品经理需要对客户在广告策略上的需求进行分析及定位，并且对策略上线后的效果进行评估，从而提出下一步的迭代需求。策略产品经理和研发团队中的算法工程师打交道较多。

广告数据产品设计：广告数据产品经理和策略产品经理经常被混为一谈，在大厂中这两个岗位也经常被放在一个团队。但是，其实数据产品经理主要的工作是完善产品以及业务的运营指标体系，并且推动其产品化，也就是以报表、商业智能平台等数据产品的形式提供给内部团队以及外部客户使用。

需要提醒你的是，以上这些岗位，在不同的公司和部门内有时候是相互独立的，有时候几个职能会落在同一个岗位上。关于这些岗位或者职能之间如何配合，又可能发生哪些组织架构上的变化，我们将在第 18 讲中进行进一步的讲解。

广告产品业务团队的分工

除了产品经理，广告业务中还存在很多其他业务团队。例如，研发、测试、交互设计、视觉设计、用户研究、产品运营、数据分析 / 商业分析、项目经理、销售、销售支持、商务、市场、品牌公关等。如果你想进入广告产品行业，也不妨对其他岗位做一些了解。

研发：研发就是技术，也叫做 RD（Research & Development）。这个岗位通常也被称为“码皇”或者“码农”，想要胜任这个岗位，必须具备一定的代码开发能力。研发团队中包含负责实现产品及平台用户体验的前端工程师、负责底层架构搭建及策略优化的架构工程师、负责具体方向业务实现的投放研发工程师、负责底层算法的算法工程师等等。

测试：也叫做 QA（Quality Assurance）。广告产品一般都是高并发量的，所以在正式上线之前必须经过严格的测试。测试的维度非常多，从服务器的承载能力，到广告在主流机型及系统上的适配性，都需要经过测试。在大厂中，测试岗位一般也要求具备代码能力，虽然不怎么需要写代码，但是要能看懂研发写的代码。这样，一旦出现问题，才能够追根溯源，快速定位。

交互设计：也叫做 UE 或 UX（User Experience），负责广告产品的交互设计，最对口的专业是工业设计。交互设计需要对用户体验有极高的敏感度，并且会使用 Axure RP、

墨刀等专业软件。但是，不是所有公司或者部门都有专门的交互设计人员，没有这个岗位时，交互设计的工作就需要产品经理兼顾了。

视觉设计：也叫做 UI (User Interface)，负责广告产品的视觉呈现，例如颜色、样式、动态等。视觉设计一般都是美术生出身。

用户研究：也叫做 UED (User Experience Design)，负责广告产品的需求调研、用户体验研究及优化等。我们在第 15 讲中提到过这个角色。

产品运营：产品运营是和产品经理在业务方向上配合最紧密的团队。现在广告产品的竞争日渐激烈，广告产品的类型和策略又越来越复杂，光有产品是无法引导客户正确使用的。产品运营团队的存在就是要把广告产品的价值，通过产品解决方案、产品培训等方式，更有效地传递给客户。另一方面，产品运营是产品经理的需求输入方之一，因为产品运营会直接对口销售、商务、市场等团队，所以会得到更多的反馈。

数据分析：也叫做商业分析。这个角色是负责利用数据监控及优化业务。他们通过数据发现广告业务上可能存在的问题，例如消耗量不足、点击率低于竞品、转化率需要提升等等，然后把这些问题反馈给相关的团队，例如产品、运营、销售等。相关团队各自认领问题并进行排查。如果问题属实，这些团队就会进行跟进及优化，优化后的结果会在数据指标上显示出来。数据分析团队有时候会和数据产品经理的角色有一些重合。

项目经理：负责日常的跨部门项目进度跟进及改善，以及发起和推进一些跨部门的重点项目，例如双十一等。

销售：负责广告产品的售卖，包括客户开拓、客户提案、合同签订、合同回款等。大客户销售团队分为对接广告主的直客和对接代理公司的渠道。中小客户的销售团队一般叫做渠道管理，负责拓展和对接各地渠道代理商。

销售支持：销售支持团队一般和销售一起归属于大销售体系。这个团队角色非常多，包括负责方案撰写的策划，负责走合同等内部流程发起及跟进的客户执行，负责客户及广告审核的审核组，负责广告上线投放的上线组，负责和产品、运营、市场等团队接口的销售运营等等。

商务：负责联盟类产品的外部合作媒体拓展，包括合作媒体开拓、谈判、合同签订、流量对接等。

市场：负责广告产品的品牌及产品的市场推广，包括官网 / 官方公众号的运营、广告投放、KOL 合作、参与行业会议、市场物料制作、自办活动策划及执行等。

品牌公关：也叫做 PR (Public Relations)，负责广告产品的品牌建设及维护以及舆情监控等。

关于产品经理和这些岗位或者职能之间如何配合，我们将在第 19 讲中做进一步的讲解。

在以往的工作中，因为业务发展的需要，除了产品之外，我在运营、市场、销售等领域都有所涉猎。我的感受是：每个岗位从业人员的职业能力结构有所不同。如果你觉得自己的职业能力结构离广告产品经理相对较远，但是和其他岗位有更多的相似性或者可迁移性，不妨多了解一些。

关于广告产品入行，我经常被问到的问题

我从 2015 年开始接受包括广告产品在内的个人职业规划及求职咨询。在我过去接触过的大量同行及新人中，他们有一些共同关注的问题。我在这里拿出来统一再做一下解答，希望能够为你提供参考。

问题一：作为应届生，选广告产品门槛是否比较高？是不是应该先做 C 端产品 / 用户产品，以后再转广告产品？

答：在我十多年前入行的那个年代，这样做是可行的。实际上，我自己就是从用户产品转行的。但现在我不建议你这样做。原因是现在行业发展成熟度已经很高，分工也越来越细化。相信通过本专栏的学习，你也意识到广告产品有很多自身独特的工作方法论及工具，这些都是你在 C 端产品或者用户产品的工作中无法完全获得及迁移的。

如果你考虑以后再转行，那届时你和已经在广告产品行业工作了 1-3 年甚至更长时间的同龄人相比，有什么优势呢？所以我建议你在毕业求职之前，通过学习和实习，多多接触和了解各种类型的产品。如果选定了广告产品，建议一毕业就进入这个领域发展及深造。

问题二：我有一定的工作经验，想转行做广告产品，容易转吗？

答：这个问题需要具体分析。一般来说，工作 3 年以内的朋友，相对容易转行，沉没成本也比较低。工作时间越长，越要慎重考虑。你现在的行业经验和岗位能力是否容易迁移到新的职业方向上？你对于广告产品有多了解和热爱？广告产品能够发挥你最大的优势及特长吗？这些都是需要你慎重考虑的问题。

如果你现在从事其他类型的产品工作，或者在广告行业领域从事非产品的工作，那么你的转行难度和既要跨行又要转岗的朋友比较起来，相对低一些。你可以优先在现在的公司内部争取和广告产品有更多交集的项目，例如用户产品的商业化接口人，销售团队和广告产

品及运营的接口人等等。这样对你争取内部转岗有帮助，如果要通过跳槽完成转行，也可以让你的简历上有更多的相关经历。

问题三：感觉广告产品现在已经集中在大厂了，大厂里现在也相当地“卷”，这个行业未来还会有发展吗？

答：广告是一个非常古老的商业模式，远在互联网出现之前就存在很久了。广告产品也是一种会长久持续下去的变现方式。因此，无论未来头部玩家如何变迁，我相信这个行业会长久存在。实际上，我的很多同行好友也是从 BAT 跳槽去了字节、哔哩哔哩、小红书等新兴的平台，继续深耕广告产品。我之所以建议没有经验的朋友尽量争取先进入大厂，是因为大厂的平台能够帮助你更快速地提升专业技能。你的未来可能未必在现在的公司，而是在某个尚未出头的头部玩家那里。

重点回顾

在这一讲中，我带你从外因、内因、广告产品团队的内部分工以及相关团队的分工等角度，全面分析了如何判断自己是否适合进入广告产品行业这一问题。

外因：从行业规模、行业发展速度、从业人员收入及未来预期看，广告产品是一个值得考虑的入行方向。

内因：从职业能力结构的知识、技能、才干几个方面，你可以对一个广告产品经理的招聘需求进行细致地拆解，之后再把自己的现状与其进行对标，从而得出一个客观的判断，也可以明确自己未来学习和追赶的方向。

分工：要确定具体的职业发展方向，你需要进一步了解广告产品团队的内部分工，还有其他相关团队的分工。广告产品团队内部又可以分为前端广告产品设计、广告产品平台设计、广告策略设计、广告数据产品设计等不同的方向。这些方向可能体现在独立的岗位上，也可能同一个岗位上会有几个方向的职责要求。广告产品其他相关团队包括研发、测试、设计、用研、运营、数据分析、项目经理、销售、商务、市场、品牌公关等，可以为你提供更多的选择方向。

总的来说，关于职业发展方向上的问题，我们需要综合考量。但如果你能坚定信心，对这个行业保持热情和探索欲，那么我相信你是可以突破阻碍，在行业内站稳脚跟的。

实战演练

请使用本讲中提供的广告产品经理职业能力表格，和你自身情况进行对照，并结合广告产品内部和外部团队的分工介绍，找出你认为自己如果入行广告产品，最适合你的具体方向。你可以挑出 1-3 个方向，因为每个人适合的路肯定不止一条。欢迎你在招聘平台上找到符合你具体方向的岗位并在讨论区进行分享，也欢迎在职业规划方面提出你的问题。我们下节课再见！

分享给需要的人，Ta 订阅超级会员，你最高得 50 元

Ta 单独购买本课程，你将得 20 元



生成海报并分享

👍 赞 0 💡 提建议

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

上一篇 16 | 平台建设：如何从0到1建立一个完整的广告产品平台？

下一篇 18 | 团队建设：如何搭建一个高效的广告产品团队？

更多课程推荐

苏杰的产品创新课

加更 8 讲，解锁不一样的产品创新

苏杰

良仓孵化器创始合伙人
《人人都是产品经理》系列图书作者
产品创新顾问



新版升级：点击「👤请朋友读」，20位好友免费读，邀请订阅更有**现金**奖励。

精选留言 (1)

写留言



peter

2022-04-06

请教老师一个问题：

Q1：网站创业小团队，资金有限。请问怎么推广自己的网站？在没钱的情况下，只能靠免费推广。现在想到如下方式：1 在论坛上发帖子；2 发微信群；3 发短信。哪些地方曝光率比较高？（比如某个论坛）

展开 ▾

作者回复：Pete 您好。这个问题已经不属于广告产品领域了，给点个人建议仅供参考。每种产品的目标受众、推广方式不同，建议你们都试试，同时把用户尽量引到你们自己的社群里（例如企业微信群）。论坛的话，你看你们目标用户平时会去哪里，就首选去哪里。另外，知乎、小红书、抖音、快手之类平台也可以，建设一下自己的账号。

