

2021 移动广告优化师 发展白皮书

出品方： 有米云 | App Growing



目录 CONTENTS

1. 优化师群体画像
2. 优化师职场现状分析
3. 优化师职场竞争力分析
4. 优化师的行业展望
5. 优化师的真知灼见

白皮书数据来源

《2021年中国移动广告优化师发展白皮书》是对中国移动广告优化师职场现状及行业竞争力分析，数据来源包括[优化师职场生态状况调研](#)及[优化师职场之路访谈](#)两部分内容。以下是相关研究方法的介绍：

- 优化师职场生态状况调研

调研时间：2021年8月17日至2021年9月20日

调研方式：线上自填式问卷

调研对象：移动广告优化师（以信息流广告优化师为主）

调研维度：个人情况、工作情况、职业发展、平台评价四大维度

样本数据：基于[App Growing已覆盖的优化师用户](#)、[三里屯优化师社群](#)、[买量江湖](#)、[20岁青年优化师社群](#)定向发放调研问卷，回收2000份有效问卷，样本覆盖范围包括北京、上海、广州、深圳、成都、武汉、杭州等50个城市，辐射近10万优化师

- 优化师职场之路访谈

围绕“入行的初衷”、“优化师成长之路的感受”、“优化师行业的展望和对优化师新人的建议”，定向访谈优化师

写在前面

为真实地反映优化师真实生存现状及职业发展情况，App Growing 已持续3年围绕优化师群体进行数据调研和分析，帮助他们了解行业发展现状并提出应对策略。

2021年8月17日至2021年9月20日，通过线上访谈调研的方式共回收了2340份问卷，经过数据的筛选、去重、清洗、最终得到2000份有效问卷，整理成本份移动广告优化师发展白皮书，希望能给优化师职场规划和发展带来一些思考。

此外，为了更好地倾听优化师的心声，我们也定向访谈了多位一线优化师分享他们的从业心路历程，[希望给大家传递一份前行的力量。](#)

* 特别鸣谢广告优化垂直公众号三里屯信息流、买量江湖、20岁青年协助本次调研问卷的收集，以及联合宣传媒体艾奇在线、三里屯信息流、20岁青年、买量江湖、木比白、知塔SEM对本份报告的支持。

联合宣传媒体：



信息流
三里屯



重要发现

1. 一线城市依旧是优化师核心聚集地
2. 2021年优化师薪酬两极分化现象减弱，8-12k薪资占比较大
3. 优化师的三大焦虑来源：创意枯竭、重复性工作多、缺乏系统学习
4. 优化师加班是常态，乙方优化师仅2成按时下班
5. 优化师最看重的三大能力：素材设计>行业洞察>数据分析
6. 知识付费关注度不高，超过4成优化师表示未花钱用于自我提升
7. 不同年限的优化师的转岗意向不同，资深优化师对产品经理更感兴趣
8. 悲观情绪重，超6成优化师对前途表示担忧
9. 优化师KOL们的真知灼见：保持持续学习的心态很重要

01.

优化师群体画像

一入优化深似海，优化师群体有哪些特性？



优化师典型画像

整体来看，优化师典型形象跟去年的调研数据基本保持一致，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。在男女比例方面，男生的比例由2020年的72.60%下降到今年的69.10%，更多女优化师加入从业大军。

萌新居多

超7成工作经验为3年以下

漂在大城市

超过5成在北上广深工作

90后新势力

90后总占比为86%

单身率高

46.70%的优化师仍单身

妹子奇缺

69.10%为男性

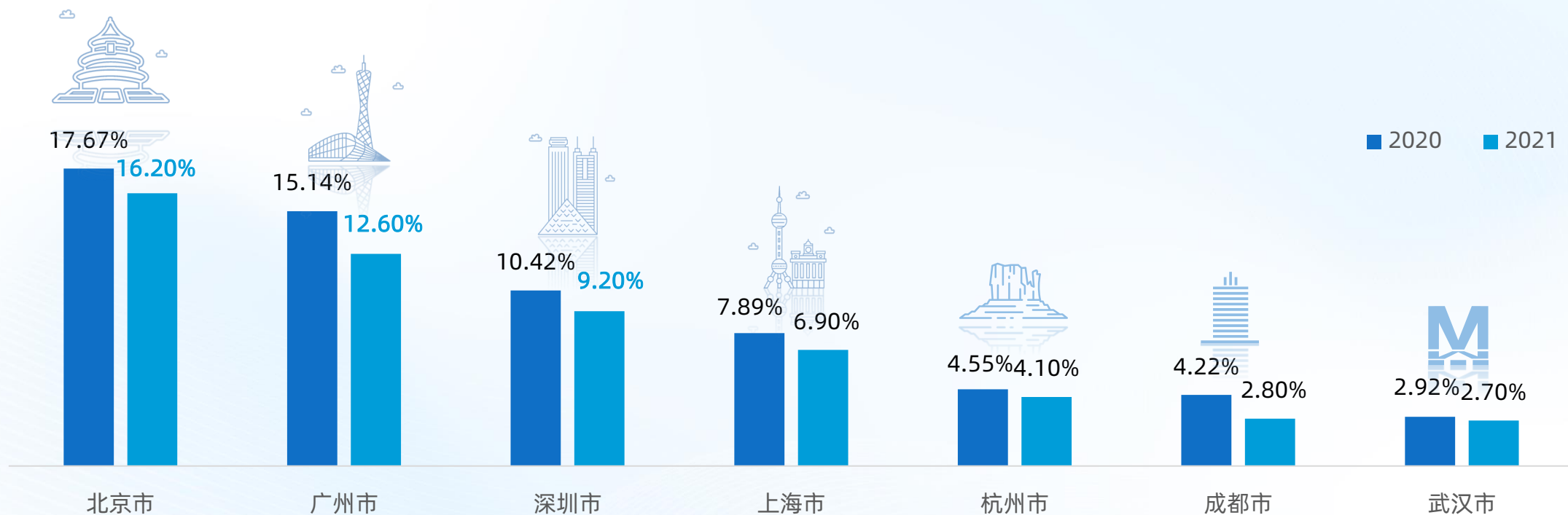
高学历

52.20%为本科及以上



一线城市依旧是优化师核心聚集地

2021年，在工作城市分布上，北上广深吸引了近5成优化师就业，但相比2020年，这一占比均有不同程度的下降，说明部分优化师正在逃离北上广深。

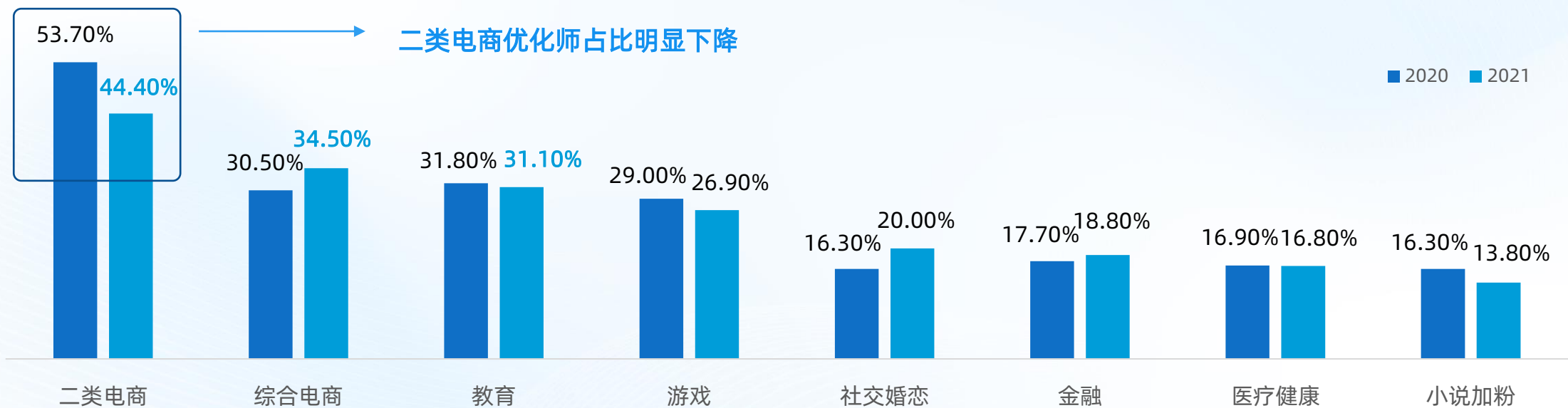


2020年 VS 2021年移动广告优化师的分布

❖ 二类电商行业的优化师明显下降

由于本次的数据调研统计时间为8-9月，在教育政策双减之前，因此教育行业的占比变化不明显。双减政策下，教培行业大裁员，教育优化师占比也会明显较少。

由于平台整顿及相关政策的限制，二类电商模式逐渐退出历史舞台，二类电商优化师尽管仍为行业占比最大的群体，但占比明显减少。而随着广告-短视频-直播带货模式的打通，直播间运营及直播投流师的人才需求将显著提升。

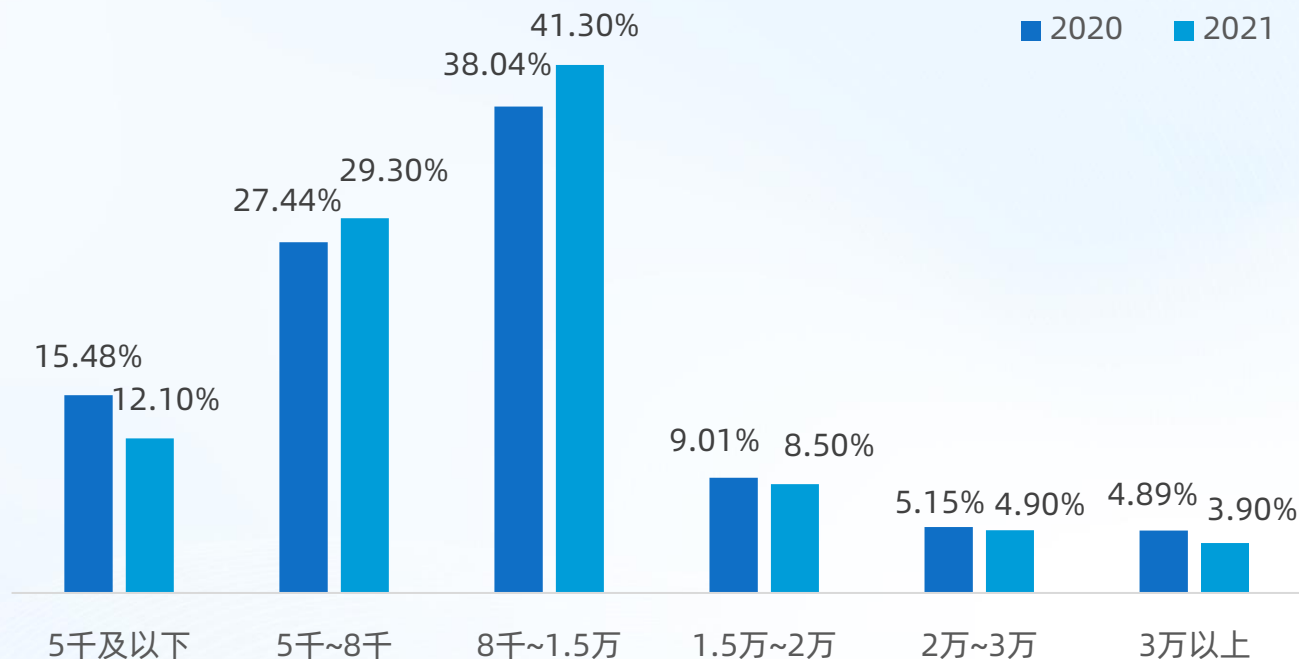


2020年 VS 2021年移动广告优化师的行业分布

● ○ ○ 数据来源于2021年8-9月 App Growing 优化师定向调研，由于一个优化师会投放多个行业，故行业总占比会超过100%

优化师薪资两极分化现象减弱

2021年优化师薪酬呈现整体上升趋势，月薪不足5K的优化师比例减少3.38%，而月薪8k-15K的优化师占比提升了3.26%。8k-15k是优化师薪酬的集中地带，占比超过4成。

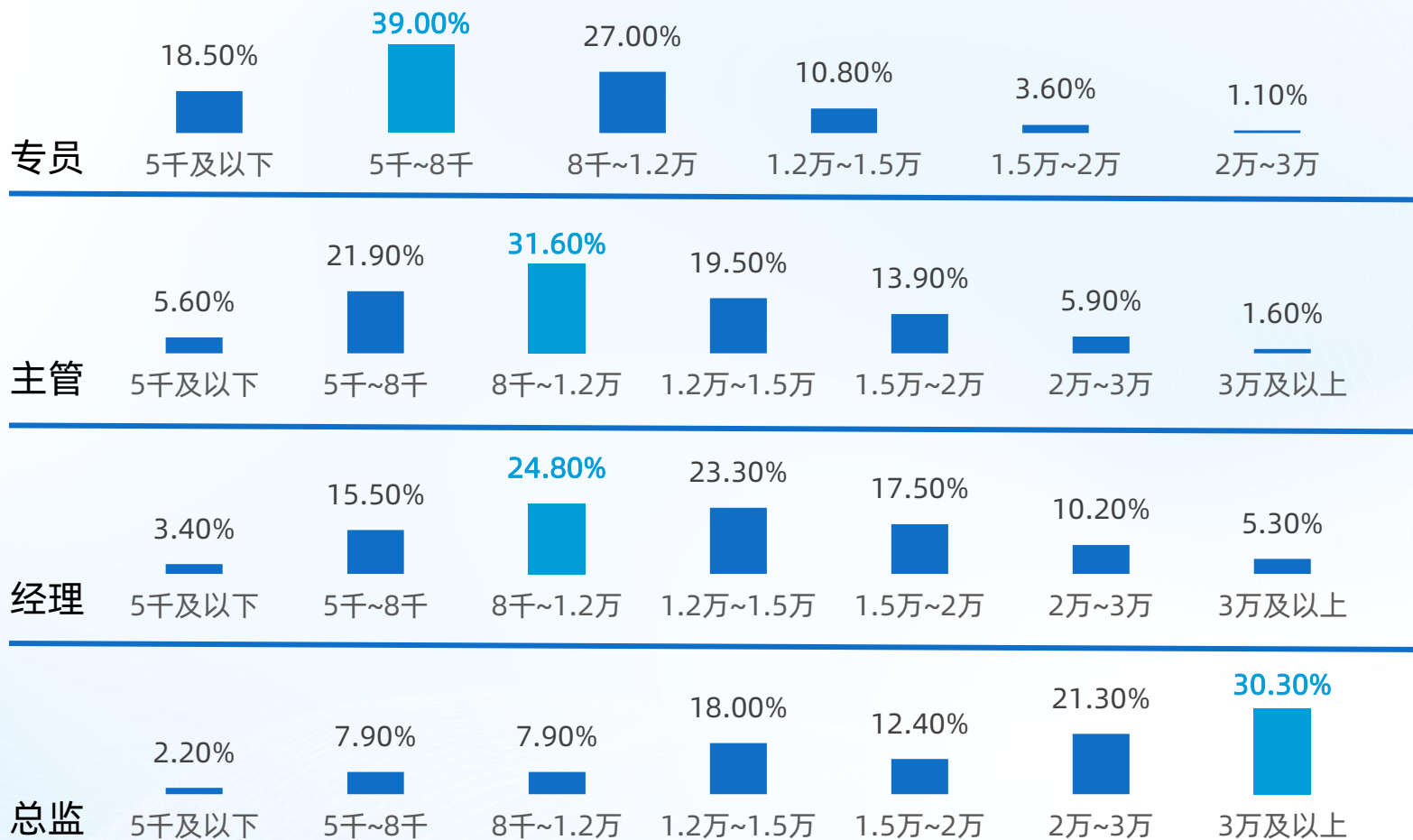


2020年 vs 2021年移动广告优化师的月薪分布

主管/经理月薪在8-12k占比较大



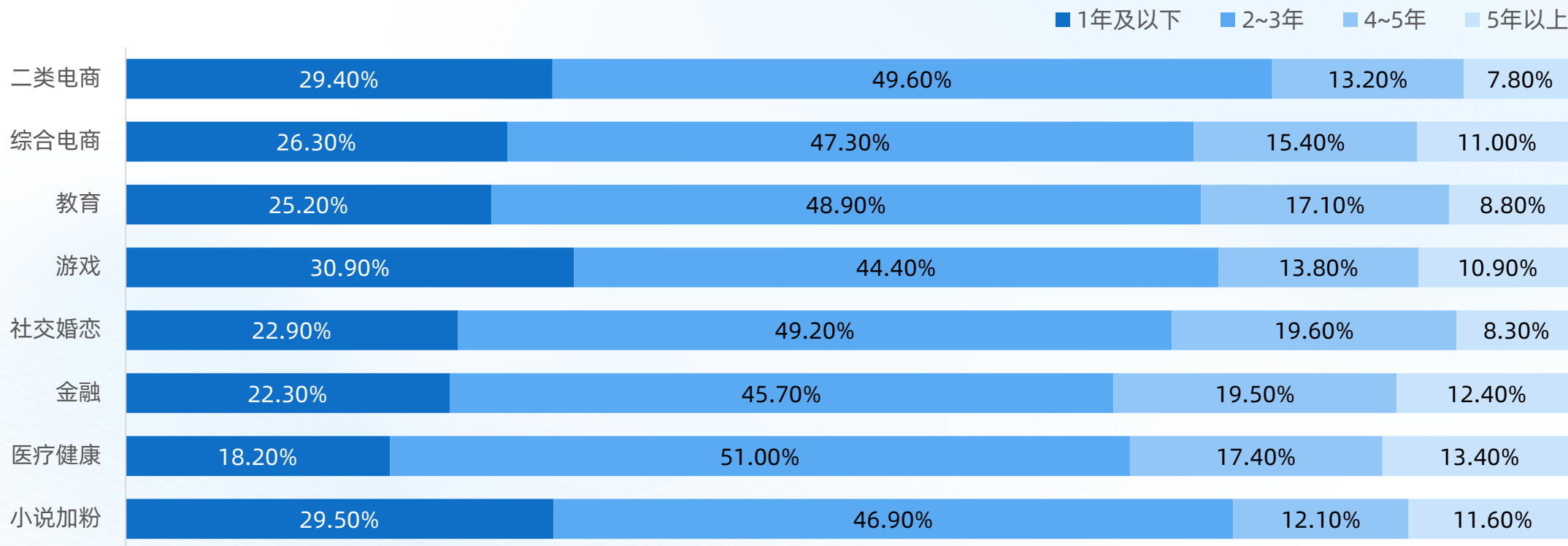
消耗超百万
月薪不过万



2021年不同职级移动广告优化师薪资分布

超过3成的手游优化师工作经验为1年及以下

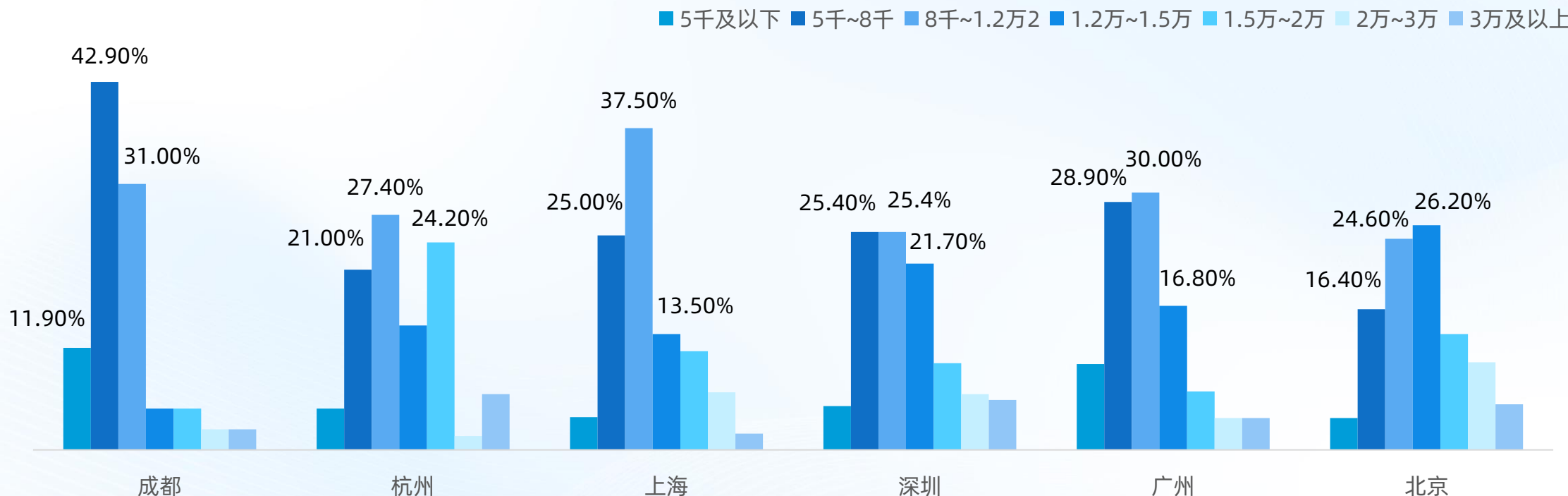
从业超过4年优化师占比：金融 > 医疗健康 > 社交婚恋 > 综合电商 > 教育 > 游戏 > 小说加粉 > 二类电商



2021年不同行业移动广告优化师从业年限分布

TOP6城市薪酬PK：北京最土豪，成都优化师低薪占比高

在六大重点城市中，北京/广州/上海/杭州/深圳优化师工资低于1.2w的占比大概是47-70%，而成都优化师工资低于1.2w则占比超过80%。



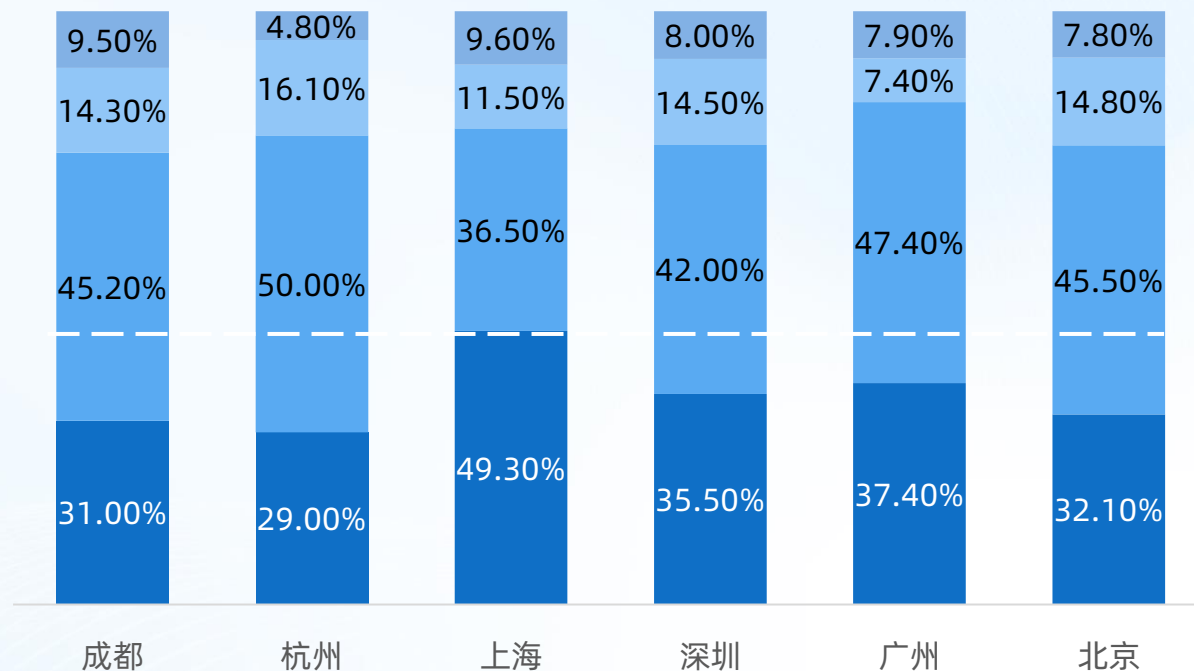
2021年不同城市移动广告优化师薪资分布

● ○ ○ 数据来源于2021年8-9月 App Growing 优化师定向调研

3年以内的优化师占七成以上，上海的萌新最多

相比其他五个城市，上海的优化师更集中在1年及以下的工作经验，占比为49.30%。

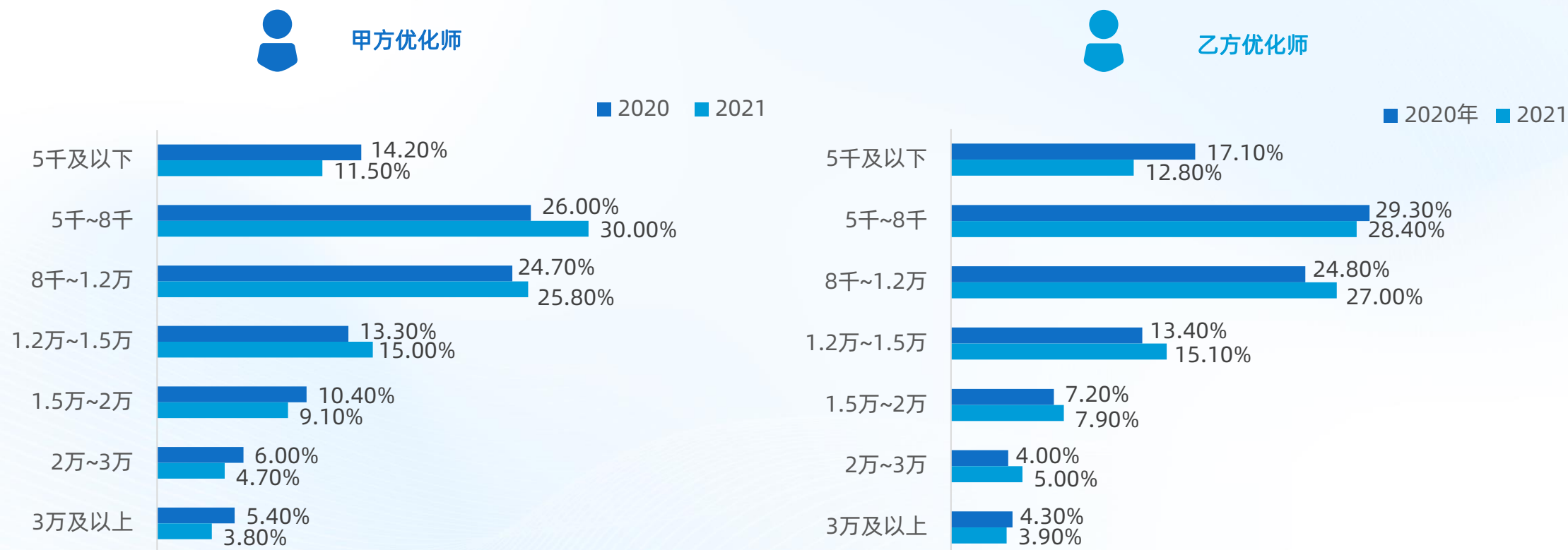
■ 1年及以下 ■ 2~3年 ■ 4~5年 ■ 5年以上



2021年不同城市移动广告优化师工作年限分布

乙方优化师起薪低，但月薪8k以上占比高于甲方

2021年，不管是甲方或者乙方优化师，月薪低于5K的占比都有所下降，甲方优化师这一占比从14.20%降低为11.50%，乙方优化师下降更为明显，从17.10%降低为2021年的12.80%，由此可见新手优化师的整体薪资都有一定程度的增长。



2021年甲乙双方移动广告优化师工资情况分布

数据来源于2021年8-9月 App Growing 优化师定向调研

02.

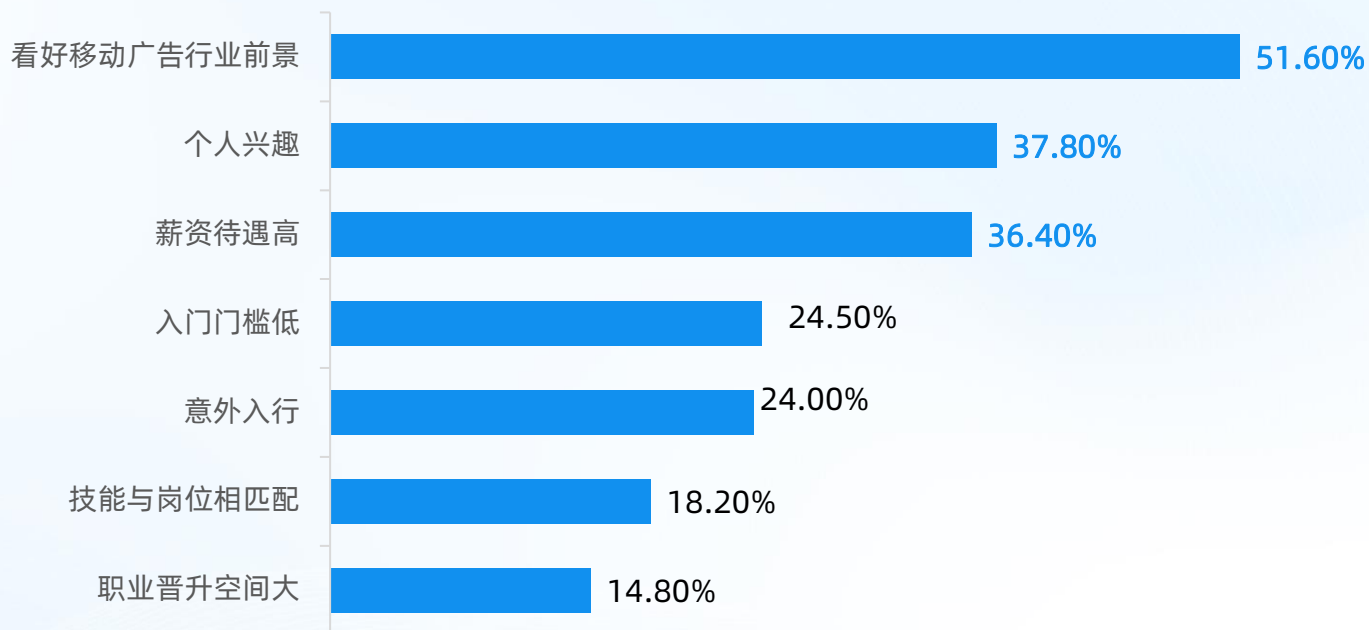
优化师职场现状分析

优化师有哪些焦虑点？从日常工作状态窥见一二。



超5成优化师对广告行业向往，主动入行

入坑优化师的三大原因分别是看好移动广告行业前景，个人兴趣、薪资待遇高。



2021年移动广告优化师的入行原因盘点

优化师的三大焦虑来源：创意枯竭、重复性工作多、缺乏系统学习

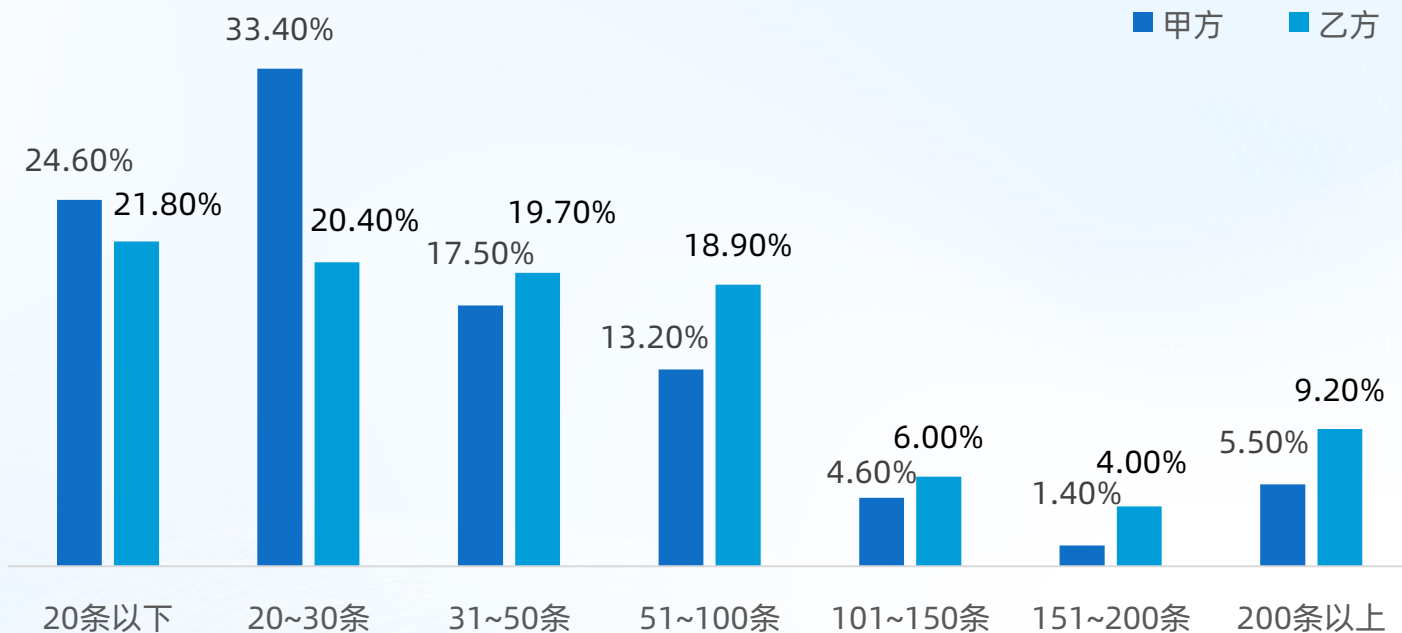


2021年移动广告优化师的焦虑主要原因

乙方优化师比甲方每天平均多上17.6个计划

58%的甲方日均上计划数在30条以内，日均上计划数100条以上的乙方有两成。为了快速起量，大量上计划测试已成优化师的标配。洞察到这一需求点，诸如有米云投管家等工具，推出批量复制/创建计划等功能助力优化提效。

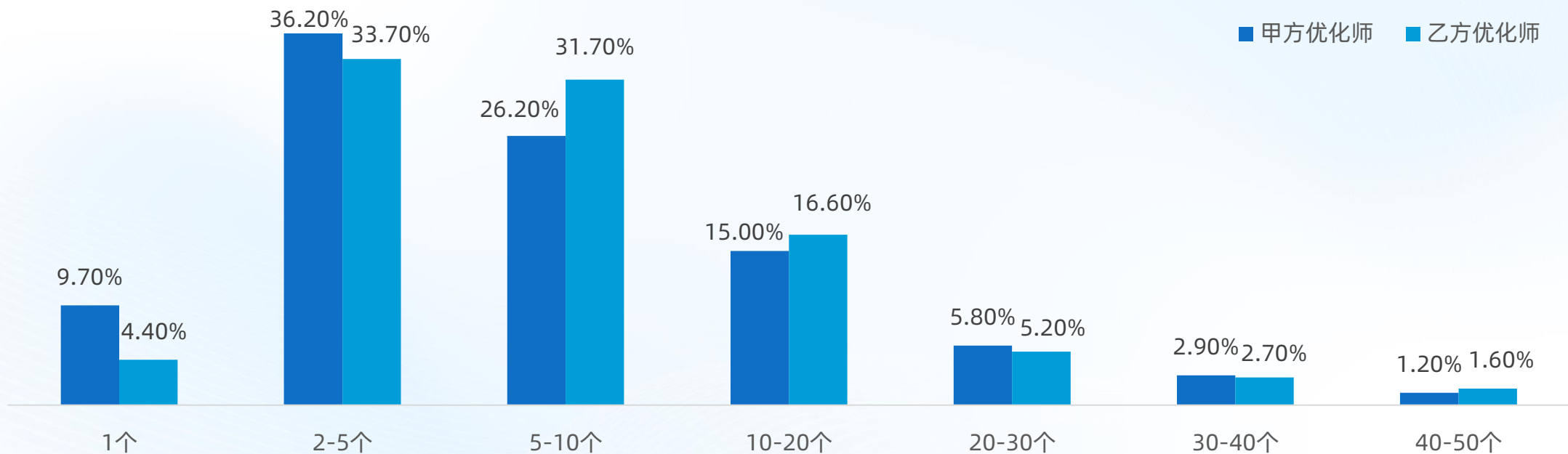
小时候梦想
成为一个有计划的人
长大后却是一个每天
上200条计划的人



2021年甲乙双方移动广告优化师日均上计划数统计

一人多户是常态，管理账户集中在10个以内

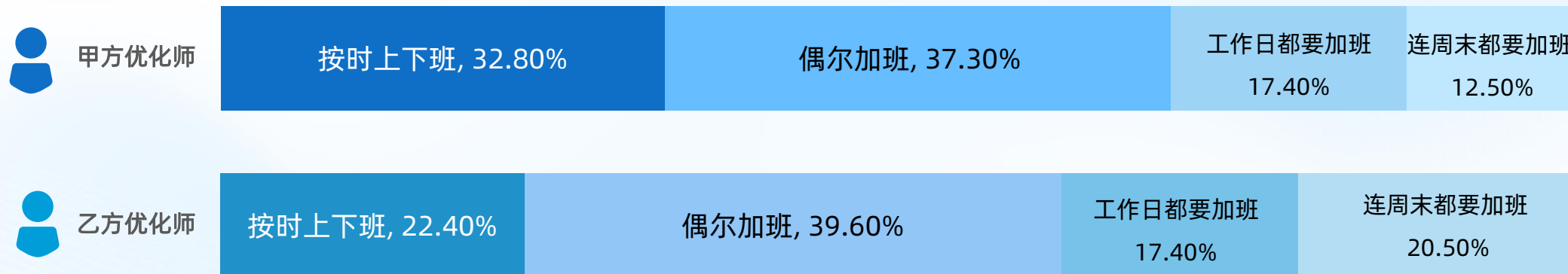
乙方优化师管理的账户，对接的客户更多，所掌管的账户数量也明显高于甲方，9.70%甲方优化师日常只管理1个账户，而乙方优化师这一比例则为4.40%。不管是甲方还是乙方，管理账户数整体集中在10个及以内，同时管理10个账户以内的甲方优化师占比为72.10%，而乙方优化师则为69.80%。



2021年甲乙方移动广告优化师当前管理账户数统计

优化师加班是常态，乙方优化师仅2成按时下班

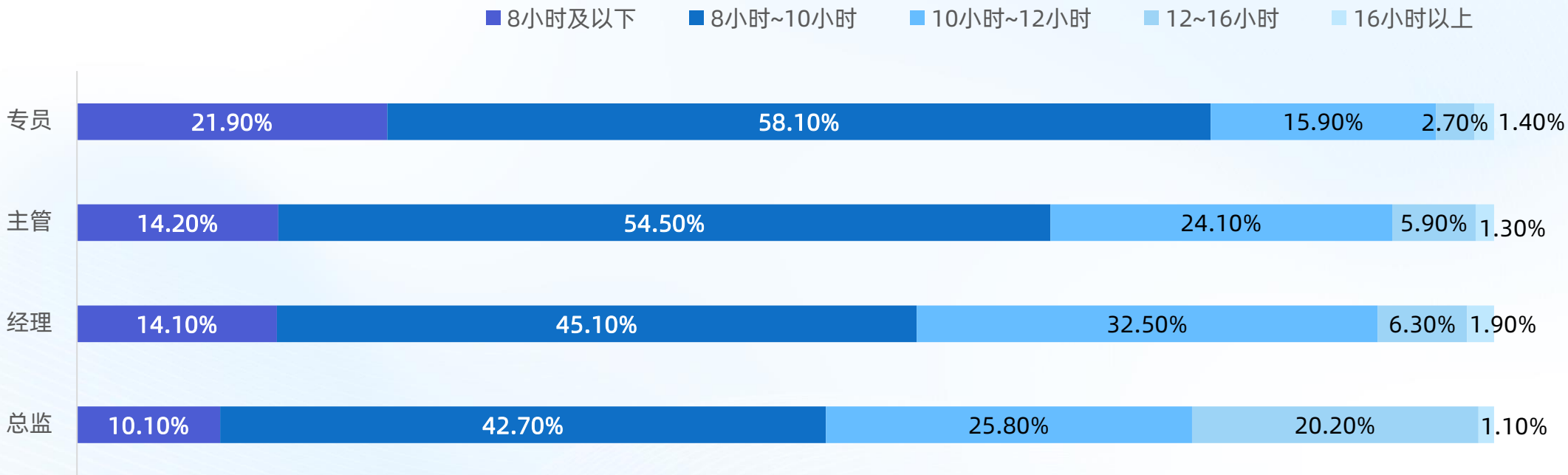
乙方优化师管理的账户，所涉及的行业也会更广泛，且除了日常管理账户，还需要对接广告主需求，整体工作量更大，相比甲方优化师而言，加班频率也更高。



2021年甲乙双方移动广告优化师加班情况盘点

工作8小时以上是常态，超4成总监每天工作10小时以上

职级越高，加班越严重，总监及经理职级均有4成以上每天工作10小时以上。尽管优化师总监及经理不再需要负责具体的操作，但需要管理把控优化师团队投放的人效，制定投放策略，关注市场新趋势，工作强度也不低。如何快速评估人效，把控全局投放概览，是他们需要重点关注的问题。

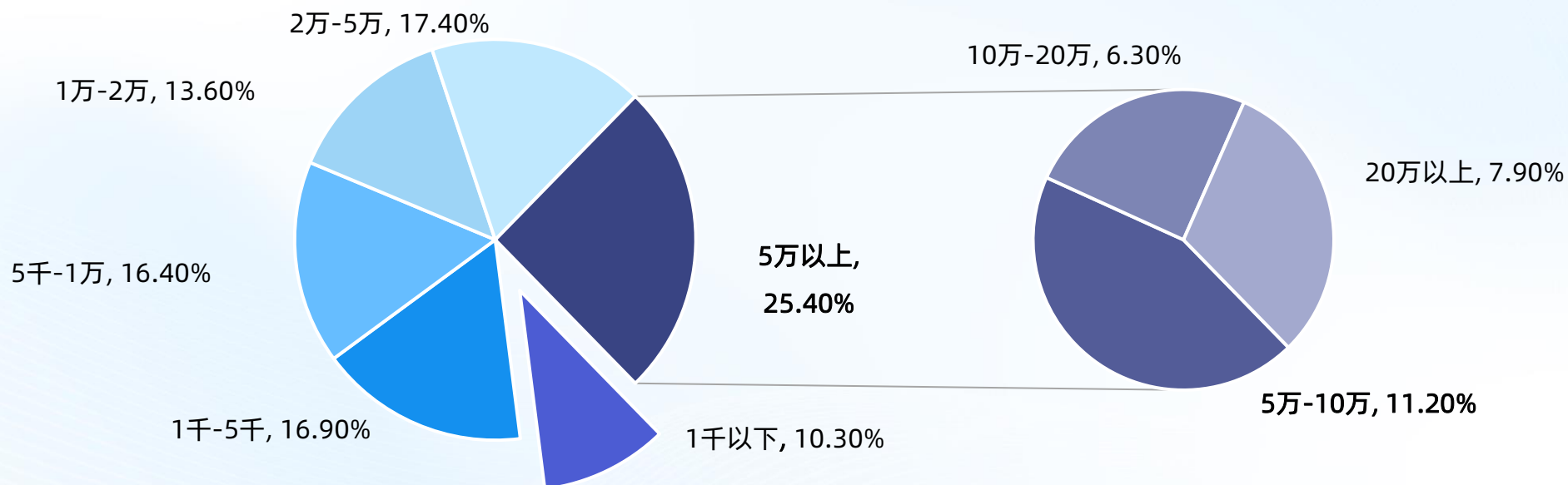


2021年不同职级的移动广告优化师工作时长统计

花钱如流水的快乐：近9成优化师日均消耗广告金额1千以上

要想有转化，首先得有曝光，账户的钱花不出就意味着不起量。对于部分行业而言，利润空间高，对买量较为依赖，能承担的买量成本也比较高，比如家居家装/医疗保健等留咨类，传奇等重度手游，优化师日均消耗的金额也会更高。

25.4%的优化师日消耗超过5w，即月消耗金额破百万，你达标了吗？



2021年移动广告优化师日均消耗广告金额分布

03.

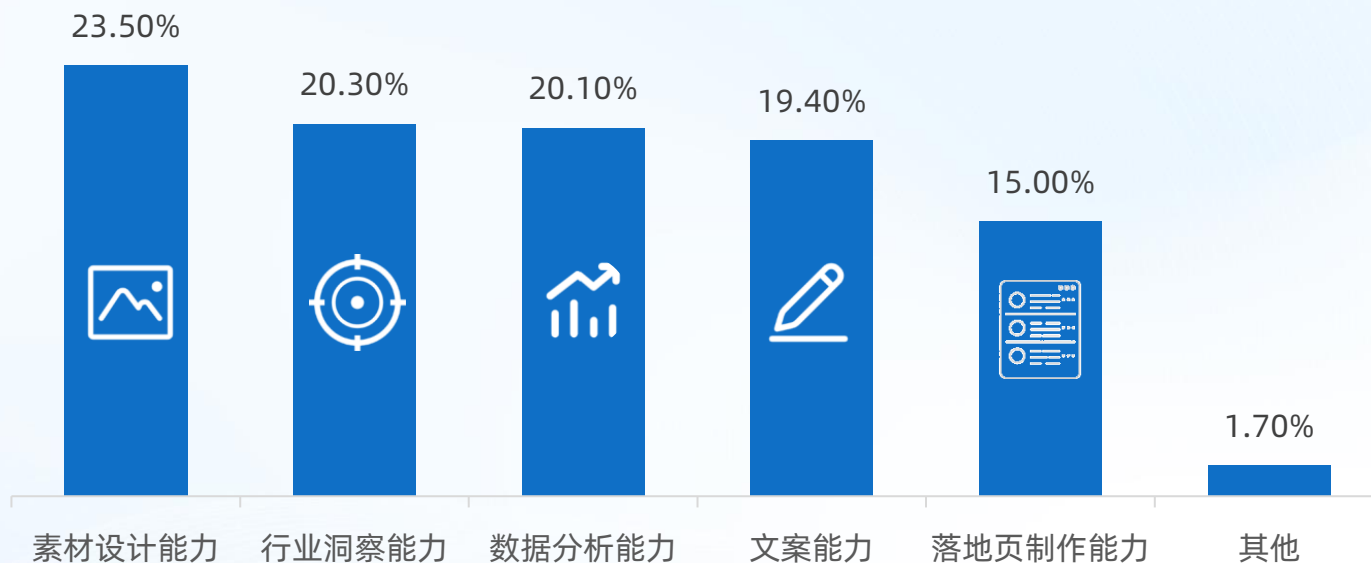
优化师职场竞争力分析

优化师的晋升路径如何？该如何有效提升职场竞争力？



优化师最看重的三大能力：素材设计>行业洞察>数据分析

素材设计是优化师最为看重的能力。素材生命周期缩短，素材同质化严重，如何快速了解行业热点，结合对推广产品的深度分析，持续保持创意灵感，快速产出素材是当前工作的重点。

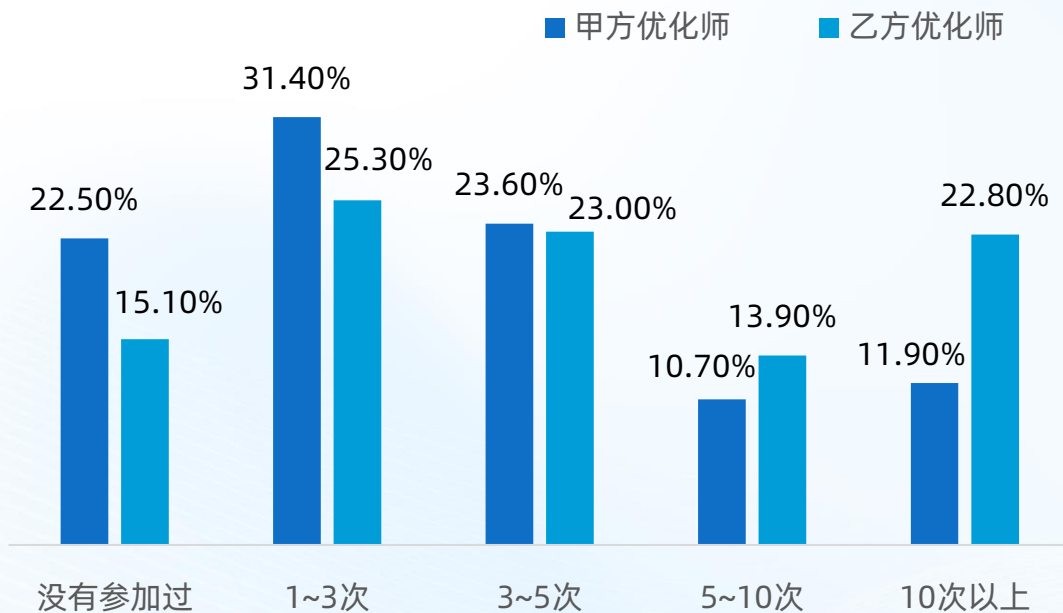


2021年移动广告优化师最看重的能力类型

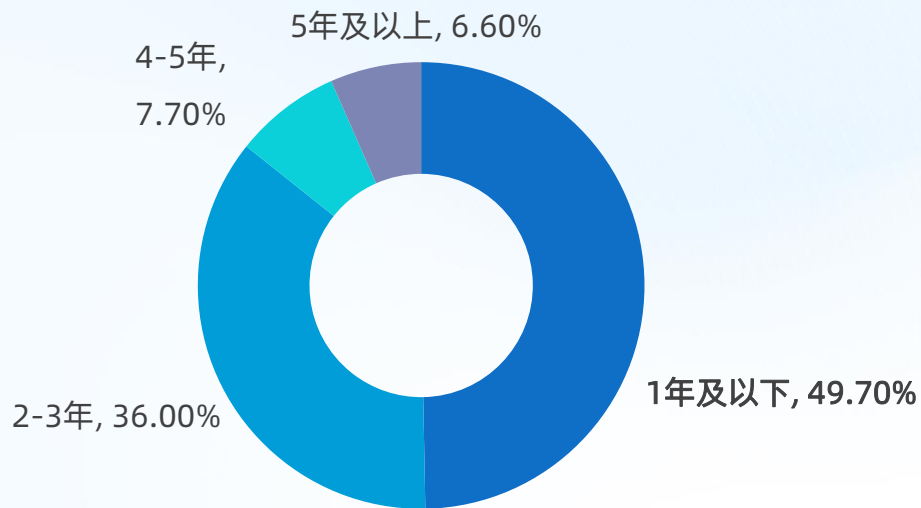
● ○ ○ 数据来源于2021年8-9月 App Growing 优化师定向调研，此题目为单选题，仅选最重要的一项能力

参加培训是必修课，超8成乙方优化师参加过培训

在整体参与调研的优化师中，近19%的优化师表示未参加过培训，其中有5成为1年以下工作经验的优化师；乙方优化师，诸如平台类培训机会更多些，参与培训更加积极。



2021年甲乙方移动广告优化师参加培训次数分布

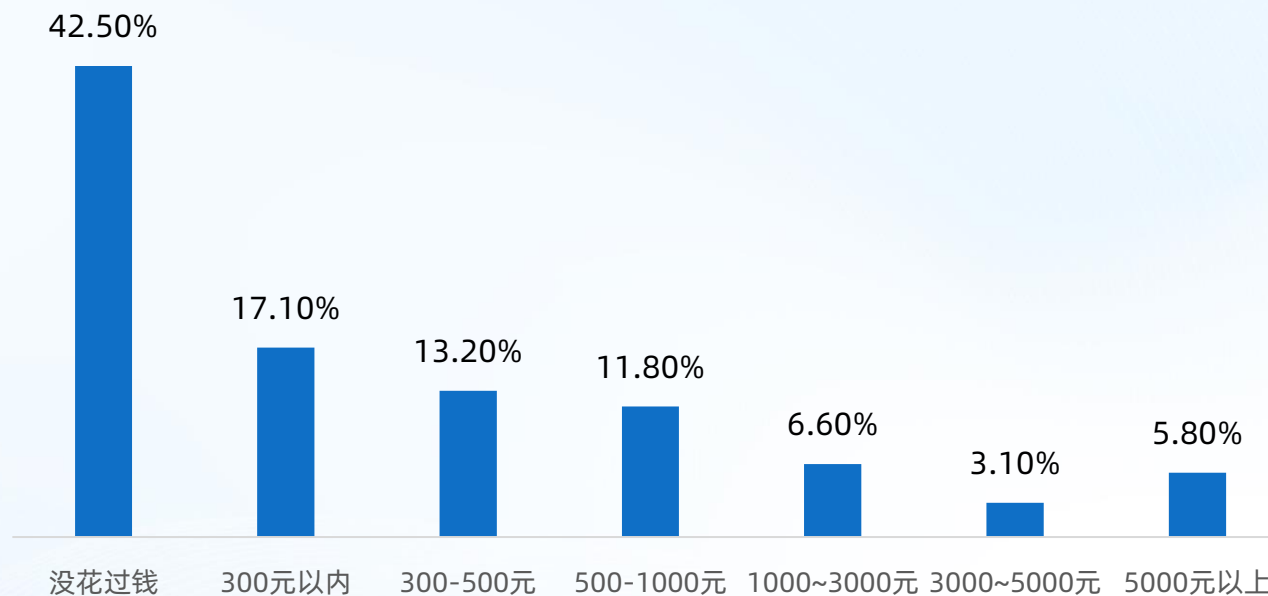


2021年没有参加过培训的优化师的年限分布

知识付费关注度不高，超4成优化师没有为自己的职场提升花过钱

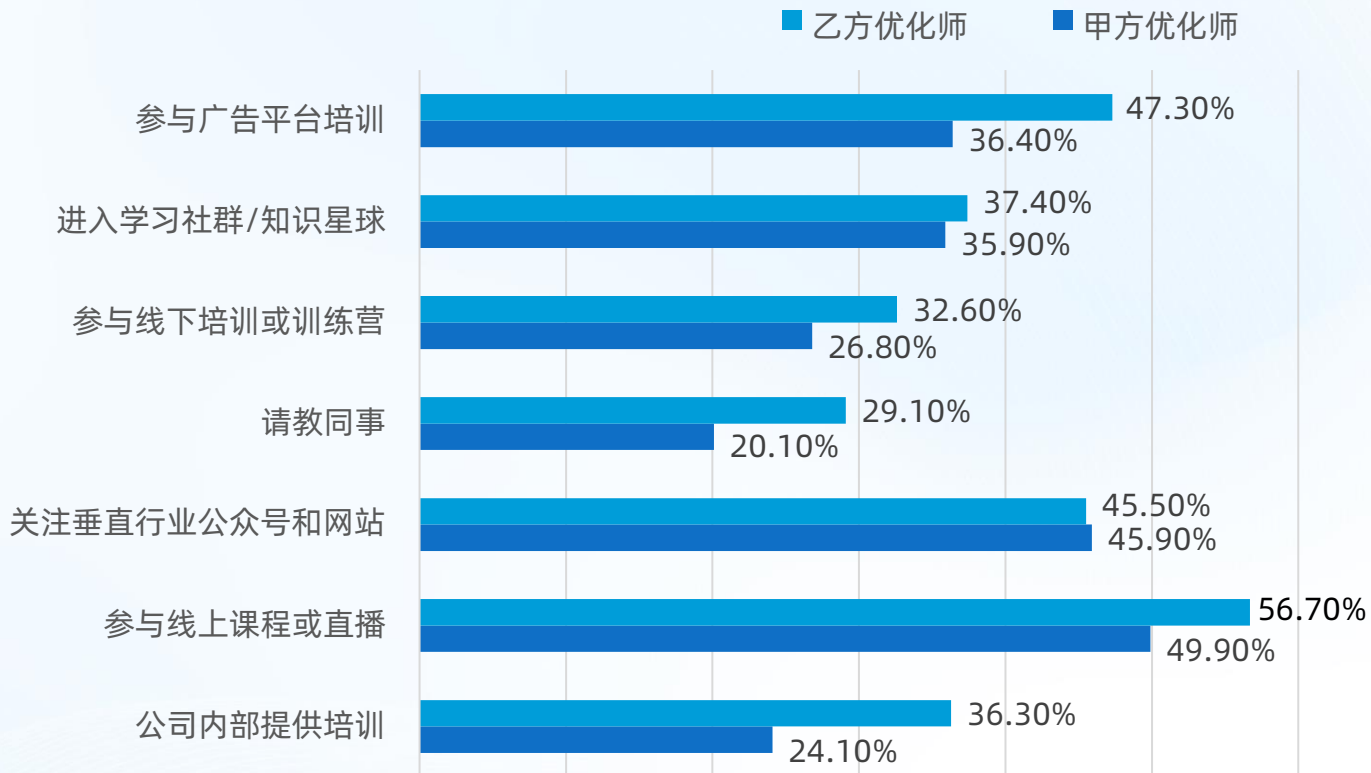
5.80%的优化师投资过超过5000元以上，超过4成优化师没花过钱；

最好的学习时间是现在，其次是10年前！你呢，是否也开始了付费学习之路？



2021年移动广告优化师自我提升累计花费统计

通过线上课程学习是优化师日常充电的首选



2021年甲乙双方移动广告优化师参加培训方式分布

04.

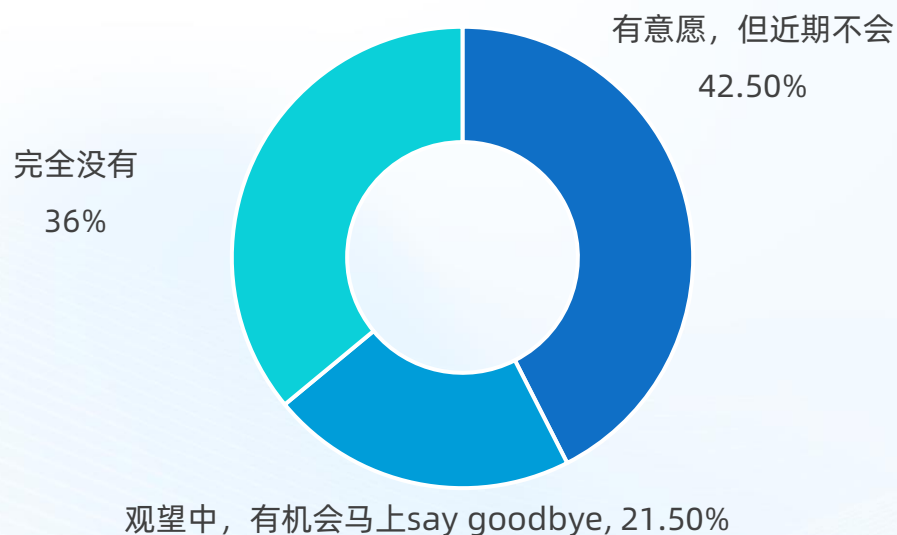
优化师行业展望

优化师的第二增长曲线是什么？
如何突破职场天花板？

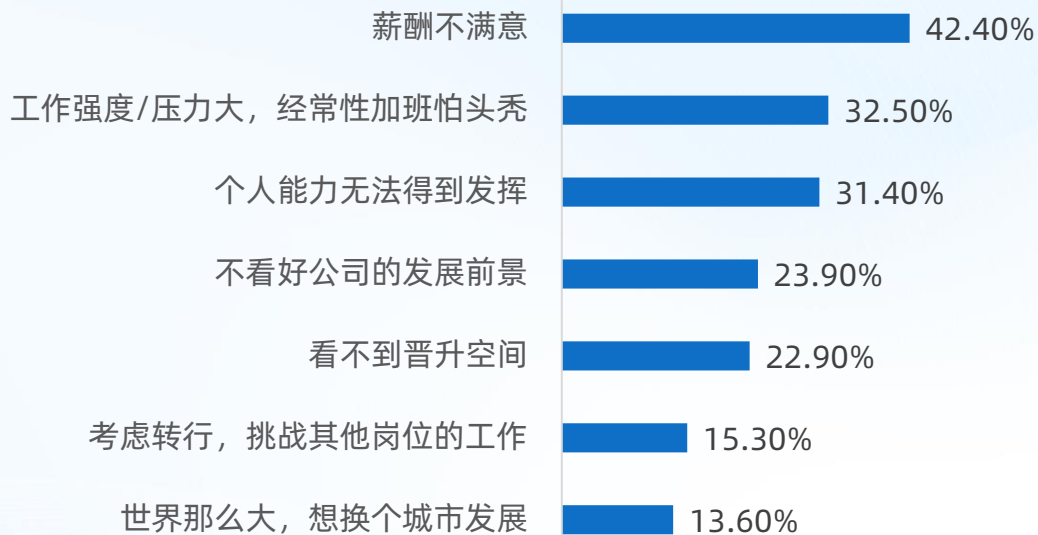


2成优化师表示观望中，有机会就跳槽！

仅36%的优化师表示完全没有跳槽意愿，而2成优化师表示观望中，有机会就跳槽；薪酬不满意、工作强度及工作压力大、个人能力无法发挥是优化师三大跳槽原因。



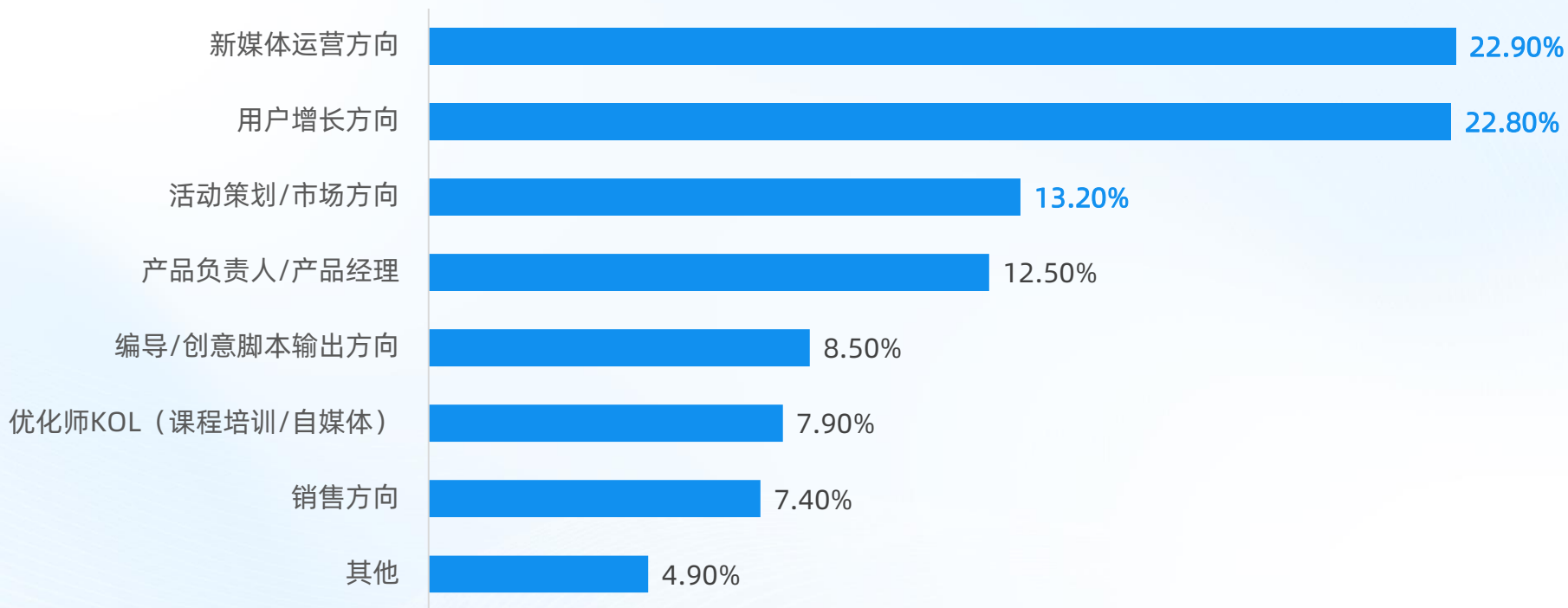
2021年移动广告优化师跳槽意向分析



2021年移动广告优化师跳槽原因盘点

■◆ 新媒体方向、用户增长方向是优化师的重点转岗方向

优化师转岗，更偏向于考虑往用户增长方向和新媒体运营方向，这两个方向的工作与优化师的工作技能重合度较高，相对来说转岗难度较低，工作也较容易快速上手。

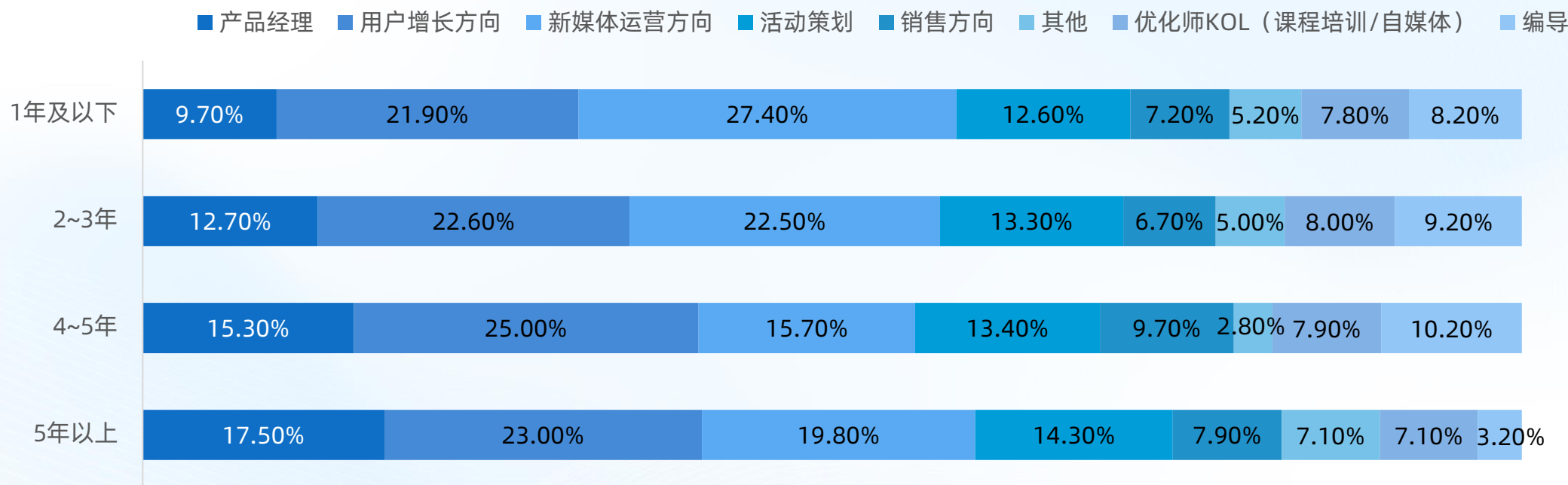


2021年移动广告优化师转岗主要考虑的方向盘点

● ○ ○ 数据来源于2021年8-9月 App Growing 优化师定向调研

不同年限的优化师的转岗意向不同，资深优化师对产品经理更感兴趣

5年以上的资深优化师项目经验较丰富，对产品架构能力更有信心，希望挑战产品经理工作；1年以下的初级优化师还是更想往新媒体运营方向继续发展。

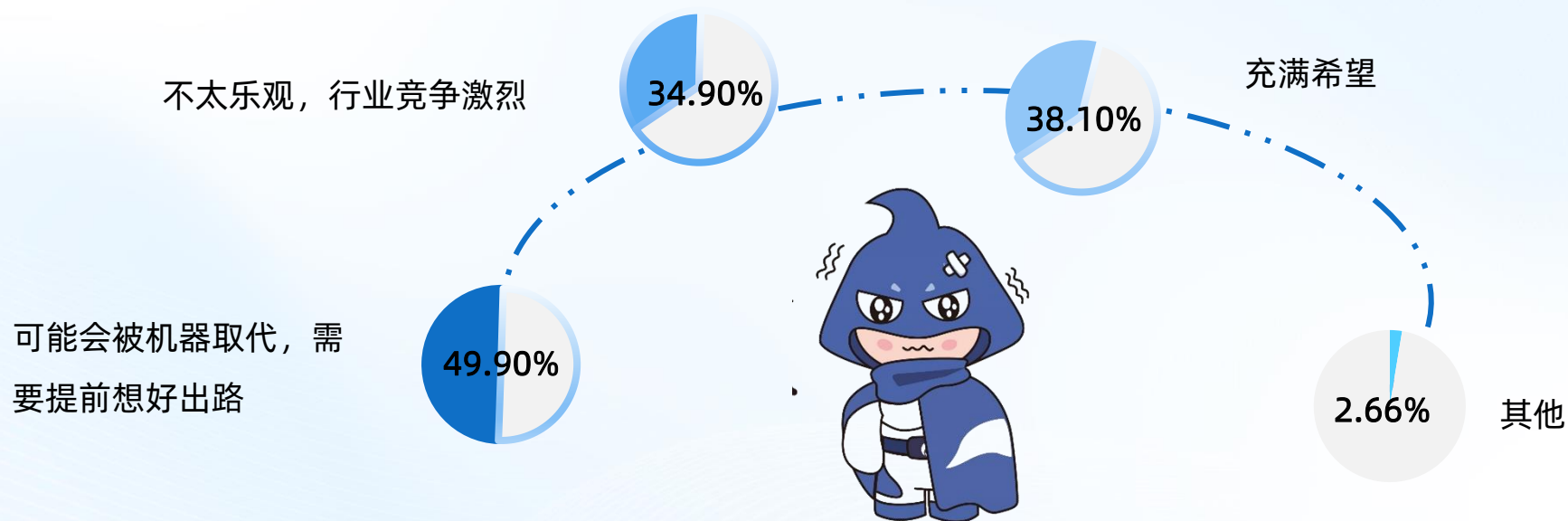


2021年不同年限的移动广告优化师转岗方向盘点

悲观情绪重，近4成优化师表示对优化师充满希望

有近五成的优化师认为优化师可能会被机器取代，需要提前找好出路，34.9%的优化师认为优化师前景不太乐观，行业竞争激烈。

媒体自动化趋势下，更先进的机器算法学习提升转化率，投放效率工具的陆续推出，广告投放的繁琐重复操作不便逐渐成为历史，过往沉淀下来的投放小技巧也逐渐失效。优化师需要对营销更纵深思考，更扎实研究自身产品、竞争对手、发展战略、用户，更专注于投放策略本身的制定，持续学习持续提升。



2021年移动广告优化师对于优化师行业的看法

05.

优化师们的真知灼见

听听优化师多年的心路历程，是不是和你一样？



❖ 优化师有哪些成长与挣扎，听听他们怎么说？

为了更好地倾听优化师的声音，在常规的问卷调研之后，我们也定向访谈了数十位广告优化师，覆盖优化师自媒体负责人或主编、优化师小白、转型创业代运营的优化师，围绕“入行的初衷”、“优化师成长之路的感受”、“优化师行业的展望和对优化师新人的建议”，**希望传递一份“同行的力量”**。

“参与分享的优化师的经历不同，但积极，持续学习，
适应改变是他们工作中的主旋律”





“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。”

我是2012年入行的，从最早学习优化、做优化，刚开始做优化也是紧张、焦虑、甚至失眠，毕竟花的可都是真金白银。后来由于专职培养优化师，每年要上1000多节课，也有机会和更多优化师探讨交流，优秀的优化师都是怎么学习的？这里有一点经验或者说是我的信条（至今还是我的QQ签名）可以分享给大家：教是最好的学！

进入优化师这个行业，就注定了要「终身学习」，行业、媒体、后台功能等更迭太快，这就要求我们要持续学习，当然学习不仅仅是学习。我们可以尝试从「我学习的目标不仅仅是我自己理解或会优化就可以了，而是要把一个新手/外行人教会」，有了这个目标的变化，你会发现你在学习过程中就会更多思考如果是我来讲这个知识点会怎么讲，他们能听懂吗？你会在优化中更多的思考总结我的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。

这几年做艾奇在线平台，有机会和行业大咖交流探讨，发现优秀的大咖都非常擅于学习（输入），同时也非常热爱分享（输出）。我也鼓励大家记录一些平时优化中的思考、经验、方法，哪怕是一小点经验都要记录下来，以后这就是我们的成长之书。有机会一定要多做输出（文章、课程都可以），发表到各个平台去，因为只有作品才能为你发声，不求自己能成为网红IP，但互联网是有记忆的，对我们未来的职业发展绝对是加分项。

优化师要具备很多专业能力，但最底层还是我们的学习力；**愿优化师朋友们持续学习、持续输出，用输出倒逼输入等方式构建自己的核心竞争力，成长为一个更好的你。**

——艾奇在线联合创始人：艾奇陈sir



“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。”

我本科是学化学，和大多数小伙伴一样，毕业后陷入迷茫期，对信息流行业也十分陌生。作为b站重度用户，当时我一听到优化师是一份高薪且和短视频打交道的工作，毫不犹豫跟着朋友进了上海一家信息流代理公司。

成为一名优化师之后做了很多以前不敢想的事，比如写视频脚本、拍信息流视频，尴尬的演技现在想起来脚趾还会忍不住扣地板，但更多的是第一次通宵达旦搭建账户、第一次面对几百上千万的预算波澜不惊、第一次拿着PPT在客户公司侃侃而谈；当然也有半夜被客户怼到想退群辞职的时候。优化师是一份很有挑战性的工作，会涉及到方方面面的能力。优化师的成长可以很快速，只要你善于思考总结，愿意主动学习；但同时优化师的成长也可以很慢，学会一些基础的账户搭建就能很好的在这行混下去。

优化师的红利期其实已经过去了，行业从野蛮生长进入到一个相对平稳，越来越标准化的时代。但并不意味着信息流行业不行了，短视频广告未来几年仍然潜力巨大，留给优化师的舞台空间也很多。建议优化师找准自己的长板，发挥自己的优势；同时心态上一定要调整好，过程中会有枯燥，会有委屈，会有失落，但每一个成功的优化师都经历过失败，谁没做死过账户呢？广告优化是一个不断积累经验、测试总结的过程。



“感谢有这么一个行业，让自己处于不断学习的状态。”

我从17年入行做一线优化师到投放总监，再到创业做自媒体，从事广告行业转眼已5年时间，也是不断变化的5年，经历了信息流广告的爆发期和瓶颈期。处于不断变化的广告行业，对于自身的成长也有了翻天覆地的变化。也很感谢有这么一个行业，能够不断的让自己处于学习的状态。

在处于不断变革的时代，优化师们似乎也慢慢适应了这些变化。优化师已经慢慢转变成了综合营销，那些只会上计划的优化师未来可能会被淘汰。优化师所必备不光光是简单的上计划了，还必须会写创意和脚本。如果投放直播，还必须懂直播间运营，现实就是这样。所以，**交流和学习成了优化师必不可少的一项，闭门造车已经不行了。**投放人外有人，天外有天，要学会跟别人请教，特别要学会付费请教，学会为别人的时间买单。

做广告投放人人都会焦虑，未来广告变化的无非就是心态，前进的路上唯有保持好心态，不断拥抱变化，才能拥有美好的未来。优化师们，我们一起加油！



“**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。**”

从百度的客服实习生开始，立志做个互联网人，一做就是好几年未停过。之前还跑去当过客服，后来觉得还是做广告投放更适合我，就一直在这个行业深耕到现在。

假设一直在优化师行列，每个人都会有成长，或多或少而已。最关键还是心态，良好的心态能帮助你看到更多闪光点，认知会更全面。优化师要成长要的还是自驱力要足够强。不建议用别人的自律去假装努力。假设一直在优化师行列，每个人都会有成长，或多或少而已。最关键还是心态。良好的心态能帮助你看到更多闪光点，认知会更全面。也试过很多次质疑自己，因为效果也有很拉胯的时候，都是不断请教前辈，分析各项数据，甚至整个营销闭环的研究去逐个拆解。也是从各种磨难中逐步成长。再后来，很多人邀请我分享经验，我就开始写东西，2020年正式启用公众号

“知塔sem”，所有干货基本都是免费分享。一路走来，感觉要真的成长，一定要勇敢面对自己的劣势和缺点，逐个击破，才能有涅槃重生的机会。**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。**

给新人的建议：30岁前不要怕吃亏，但不要一直吃亏。吃亏如果能带来收获，唯一的途径便是为自己去吃亏，把问题当成机会去尝试。



“把广告投放往简单想，不要老想找原因，多新建，少调整。”

2018年下旬开始做信息流广告，至今三年有余。刚出来第一份工作就是从事网络推广，那时候觉得广告投放相比其他工作内容来说，还算是一份有技术含量的工作，所以就去了头条代理商，一做就是三年。因为是乙方，所以接触过很多行业，不论是消耗几千还是上万的账户都经手过，也因为失误，导致广告白花了钱，被客户投诉过，被销售投诉过，在多个晚上辗转反侧，连梦里都是广告跑飞了的画面，当然也得到过很多荣誉，被客户夸奖，被领导肯定。

后来因为这些工作经历，我开始写公众号，输出自己对于广告投放的经验分享，慢慢的开始有人关注，有人欣赏，也因此结识了很多同行，做代运营、做社群、做课程、做培训，广告优化能够链接到的职业方向，我都尝试过，走过很多弯路，也经历过多次的迷茫与挫折，很多次想要逃离这个行业，现在我依旧在。

如果你是刚入行不久，想要从我这里得到什么经验与建议的话，我想对你说，平台的价值大于个人能力，那些消耗上百万的客户或许只是恰好在你手里而已；如果你在乙方，建议你多跟客户搞好关系，说不定哪天他会是你的第一个客户；信息流广告说到本质上是营销推广的一部分，除了投放你应该还会更多的技能。



“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。”

17年下半年从医疗竞价做起，18年年底转行教育行业做信息流广告，再到今年自己出来全职做广告代运营。从事广告投放快5年的时间，这5年也是线上广告行业变化较大的5年，搜索广告份额下滑，信息流广告和直播广告崛起，电商广告越来越火。近5年的工作经历，有成果，也遇到了很多挫折和无力，但靠着初心一路都坚守过来了。

如今广告投放越来越难，更多向素材化、内容化、创意化的方向转变。身处于营销变革的洪流中，做优化师的我们唯有与时俱进学习，才能让自己更具竞争力。不管是在甲方还是乙方，不管是上班还是以广告投放来创业，不管是新手还是熟手，变的是渠道和方法，不变的是我们那颗初心——热爱、专注、学习、提升。

做广告投放很多时候很枯燥也很焦虑，但同时也是一份成就感比较强的工作。不管你是上班还是给自己做，懂得了付费和免费的营销思维，终生都会受益。未来的广告投放必然会有一些新的变化，前进的路上，我们既要自我钻研，也要多与外界交流。一起加油，优化师朋友们！

——木比白，92年广告优化师，多家行业媒体作者！长期从事广告投放工作，擅长SEM、信息流和二类电商广告投放



“ 优化师，一段不断探索兴趣点的掉头发之路。 ”

初次接触信息流是2018年，也是机缘巧合，刚毕业校招进的第一家公司，公司是第三方DMP公司，产品不怎么样，但却是我积累知识以及锻炼工作技能最多的地方，也算是我优化师之路的摇篮，学到的客户沟通技巧至今还在深深影响着我的工作。

眨眼间从事信息流多多少少也有4年了，期间也有很多起起伏伏，运营过月耗百万的户，也投放过日耗不足100的抠搜户。总结而言，信息流投放最重要的是素材的构思与制作，无论是普通信息流投放也好，到现在的电商千川投放，素材始终是我们搭建从用户到客户（亦或者产品、直播间等等）沟通的第一步，好的创意展现形式是投放与优化师最重要的区分，其次是分析落地页构成，账户搭建层级。

如今优化师行业千变万化，时不时都有新的投放模式出来，包括平台也一直研究机器人投放，机器能替人解决一些重复工作，账户的搭建，高质量计划的新建等等，但是我觉得人的思路、想法是机器永远也取代不了的，所以我们要做的就是不断学习，开拓我们的眼界，与时俱进方能稳住现在。

加油，一起在坑里不断挣扎的投放仔们。



“心态放宽一些，少一些压力。”

一开始进入一家代理公司做app投放，对互联网的向往以及由人带进，便没有犹豫就选择了。经历过两家乙方公司，曾两年期间涨薪3次，成长了很多，2021年初跳槽到甲方公司做优化。聊聊我的感受：

一、首先说说技能方面吧，比如账户的优化及数据分析、素材分析有明显的提升。其中素材方面的能力也是刚需，因为身处投放的一线，什么样的素材好或者不好，都要及时记录，避开不好，往好的方向去做，甚至需要给视频/平面设计提供脚本去做。广告投放三要素“出价”“定向”“素材”，定向方面的话，这个需要优化师结合以往经验以及目前所能了解到的情况去做，积累很重要。

二、在乙方工作时，尤其要注意和甲方的工作对接及态度。不是所有的甲方都是脾气好的，有时候数据不好甲方态度会很差；需要你结合投放的数据去分析问题。好的态度的乙方往往会更受甲方青睐，我想不管什么行业，都是这样一个状态。保持心平气和，认真做投放以及分析，及时汇报沟通，是在和甲方对接中最重要的。

三、心态问题，心态的炸裂往往会在乙方工作时出现，尤其是遇到事情比较多的客户，我曾经遇到过凌晨三四点还在找我聊投放的客户。心态平和很重要，不然只会自己折磨自己，认真做+积极汇报+勤快，数据不好也没办法。其实很多产品在一些渠道就是做不起来，也并不全是优化的问题。心态放宽一些，少一些压力。有压力才有动力，在这里并不适用。

各行各业都需要经验积累、不断学习，当你真的变更好了，收入自然不会低。就像《三傻大闹宝莱坞说的那样》，追求卓越，成功便会在不经意间追上你。

——昵称：空间跳跃 96年优化，2018年入行，擅长头条、广点通及海外投放；座右铭：有钱能使鬼推磨

写在最后

2021年，后疫情时代促使广告行业发展更强劲，这也直接导致了广告营销人员对“正确促达用户”的需求更为迫切！包括北上广深在内的四大重点城市，发布了大量的信息流优化师岗位。这也说明了市场对信息流优化师的需求非常大且迫切，对优化师来说无疑是一件好事！但另一方面，随着各种智能出价模式的兴起迭代、各种批量广告搭建系统的出现，媒体自动化的趋势愈加明显！信息流广告越智能，人为控制的部分就越少，操作层面上的工作往后将变成通用能力。这意味着优化师将面临着转型，但绝不是被取代！因为AI比你更懂套路，但绝不会比你更懂人性。

作为优化师，你需要花更多时间和精力，去研究自身产品、竞争对手、行业动态，站在人性角度上做更深入的用户洞察和数据分析，把最好的产品，尽可能多的展现在感兴趣的人面前。

只有策略输出和分析能力才是核心竞争力。不要成为一个只会上计划的机器，不止投手，才是一个好投手。

希望这份广告优化师发展白皮书，[能给各位优化师的职场规划和发展带来一些思考，为大家传递一份前行的动力](#)。即使AI在发展，我们的优势终究不可磨灭！

版权说明及出品方

本白皮书由有米云·App Growing 发布，版权归 App Growing 所有。任何转载或引用，须注明报告来源，同时不能删减或改写内容。报告所发布内容，均为 App Growing 独立原创分析，不代表任何企业的观点和立场。转载合作请联系 App Growing 小丫（18027416513（电话/微信同号））

有米云：以多维移动营销数据为基础，以直接解决营销痛点为目标，提供多样化的智能营销工具，一站式打通移动营销链条，帮助营销人员实现效率提升和品牌数据沉淀，助力企业营销更科学高效。

互联网营销

App Growing

通用版

国际版

广告情报追踪

- ✓ 覆盖全网/全行业/全球
- ✓ App推广排行
- ✓ 广告素材/落地页/文案搜索
- ✓ 流量平台投放趋势

内容电商

有米有数

快选品

新电商
大数据选品工具

CC数据

社媒营销
情报数据分析平台

投管家

广告投放效率工具



有米云 · App Growing : 专业的移动广告情报分析平台

App Growing 基于人工智能及数据挖掘技术, 实时追踪及分析海量广告推广数据, 助力广告主、广告媒介、广告代理商快速掌握竞对, 行业及整体市场的广告投放情报。



广告投放趋势



广告素材搜索



广告文案分析



广告落地页分析



流量媒体洞察



上亿广告素材, 实时更新

覆盖国内42个主流平台/81个广告媒体

29个大行业/76个细分行业



扫码获取
更多移动广告情报

有米云 · 投管家：智能的广告投放效率工具

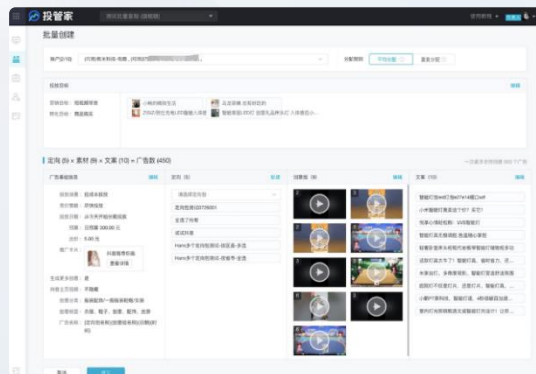
投管家：实现多平台跨账户管理，通过极速搭建计划与高效管理素材等功能助力广告主、广告代理商提升投放效率和优化决策，让增长立竿见影。

计划极速搭建，解放双手

智能报表自动发送

计划批量复制/修改

跨账户批量推送素材



投放提效 爆单爆量

1分钟新建500+计划

定向*创意组*文案叉乘 极速起量

轻松衡量优化师/剪辑团队人效



构建BI 中台，从线索到现金

独家支持本地化部署

激发品牌营销新增量

支持接入6大平台账户



扫码体验
投放提效/爆单爆量

THANK YOU

出品方：  有米云 |  App Growing