

中国数字营销人才能力评估标准

1. 范围

本标准规定了数字营销人才能力评估标准的指标体系、分级要求。

2. 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB-T 34090.1-2017 互动广告 第1部分：术语概述。

3. 术语和定义

GB-T 34090.1-2017 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 数字营销

用新的传播手段、新的互联网技术手段重构一套新的更有效率的品牌推广、渠道建设、终端助销数字营销体系。

3.2 竞价机制

互联网竞价广告是被网络媒体广泛应用的一种样式灵活、导向自由、控制自主的新型广告模式，客户通过使用竞价广告系统，可

以自主管理广告，并且只为广告的点击效果付费，从一定程度上消除了点击欺诈的问题。

3.3 落地页

也称：落地页、引导页，简单的说是指访问者通过站内 (Banner)、站外(信息流广告、EDM 等)渠道点击进入的第一个页面。

3.4 Look alike

即相似人群扩展，是基于种子用户，通过一定的算法评估模型，找到更多拥有潜在关联性的相似人群的技术。值得注意的是，lookalike 不是某一种特定的算法，而是一类方法的统称，这类方法综合运用多种技术，比如协同过滤、node2vec 等，最终达到用户拓展目的。

3.5 私域业态

私域业态是线上线下一体化的品牌自主经营阵地。随着“私域”成为企业赢得新增量的必选项，企业可通过数字化产品、数字化选品、运营流程化和企业组织等四大关键能力，支撑其在私域业态的可持续发展。

4 缩略语

下列缩略语适用于本文件。

oCPA：优化行为出价 (Optimized Cost per Action)

oCPM：优化千次展现出价 (Optimized Cost Per Mille)

DMP：数据管理平台（Data Manage Platform）

5 数字营销人才能力评估指标体系

数字营销人才能力评估指标分为四大类，即一级指标，包括：营销通用能力、数字营销专业能力、营销合规能力、职场通用能力，每一项一级指标分别包含各项细分的二级指标，详见图 1。

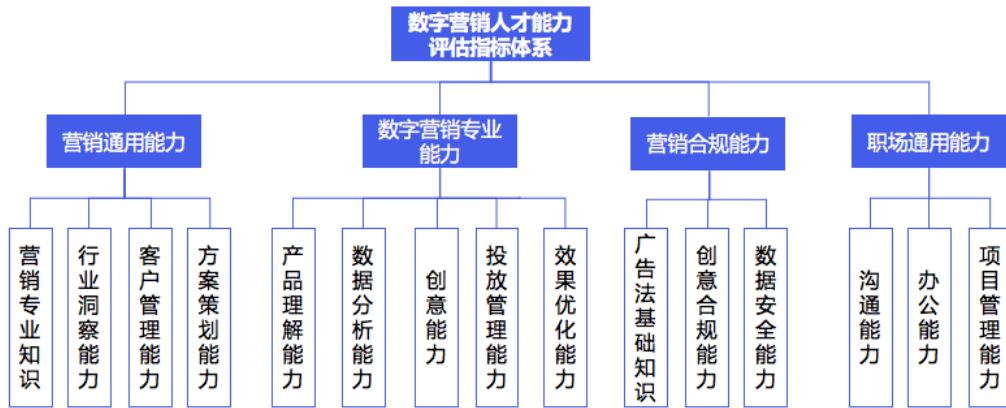


图 1 数字营销人才能力评估指标体系图

6 数字营销人才能力评估分级要求

6.1 数字营销人才能力评估分级指标

数字营销人才能力评估分级指标见表 1。

表 1 数字营销人才能力评估分级指标及权重

一级指标	二级指标	入门级	初级	中级	高级
营销通用能力	营销专业知识	√	√	√	√
	行业洞察能力	√	√	√	√
	客户管理能力	√	√	√	√
	方案策划能力	√	√	√	√
数字营销专业能力	产品理解能力	√	√	√	√
	数据分析能力	√	√	√	√
	创意能力	√	√	√	√

	投放管理能力	√	√	√	√
	效果优化能力	√	√	√	√
营销合规能力	广告法基础知识	√	√	√	√
	创意合规能力	√	√	√	√
	数据安全能力	√	√	√	√
职场通用能力	沟通能力	√	√	√	√
	办公能力	√	√	√	√
	项目管理能力	√	√	√	√

6.2 数字营销人才分级能力要求

6.2.1 数字营销人才（入门级）能力要求

营销通用能力：

a) **营销专业知识：**了解营销专业的通用知识，包括营销的基本概念、市场调研与分析、媒介策划与广告投放的基本方法等；

b) **行业洞察能力：**搜集行业和市场发展的相关信息，能基本分析出本行业市场的主要机会、问题点。

c) **客户管理能力：**按照客户需求提供周到的服务。

d) **方案策划能力：**具备营销策划的基本逻辑，在指导下，能协助完成局部市场或特定项目的策划工作。

数字营销专业能力：

a) **产品理解力：**了解所推广的产品或服务；了解所投放媒体的全流量广告资源知识框架，了解所投放媒体的主要广告资源位置、创意形态，能够清晰梳理资源适用的投放目标，了解各类资源渠道；

b) 数据分析能力：了解标签体系，掌握标签交叉应用，提升人群定向精准，提高推广效果；

c) 创意能力：了解创意、落地页及多种创意形式的优劣、对广告投放效果的影响，了解优质创意和广告落地页必备素质和类型，了解广告创意和落地页制作工具；

d) 投放管理能力：了解各类投放平台的特点及优势，了解广告投放的基本思路和步骤，了解定向体系、广告竞价基本机制、曝光影响因素，了解广告曝光提升方法，能够操作投放平台账户，创建、修改和调整广告；

e) 效果优化能力：能够查看效果数据，了解广告优化基本原理和分析思路，并进行简单分析，在有人指导下进行优化操作。

营销合规能力：

a) 广告法基础知识：基本掌握广告法的基本理论知识，了解广告法规建设的基本动态；

b) 创意合规能力：了解基本的创意合规性的规范；

c) 数据安全能力：清楚数据的重要性，有意识整体提升数据安全防护意识和能力。

职场通用能力：

a) 沟通能力：具备基本的沟通技巧，清楚岗位的角色定位，能够准确判断客户需求，并与广告主及相关协同人员进行良性沟通；

b) 办公能力：具备 office 的操作和日常办公技能等；

c) 项目管理能力：能够严格按照规划实施项目，并及时反馈问题和信息。

6.2.2 数字营销人才（初级）能力要求

营销通用能力：

a) **营销专业知识**: 能灵活运用本职工作范围内的营销知识解决一般性专业问题; 能发现工作中的瓶颈问题并提出合理建议

b) **行业洞察能力**: 理解市场环境以及所服务的客户所在行业的现状; 能准确、全面进行市场潜力及需求分析、竞争分析。

c) **客户管理能力**: 理解并能够梳理客户的推广需求, 并为其匹配合适的营销方式;

d) **方案策划能力**: 能够理解方案策划的基本逻辑, 可根据广告主的需求, 协助上级制定出适合广告主的系统营销策划方案。

数字营销专业能力:

a) **产品理解力**: 理解基本梳理所推广的产品或服务, 能够提炼出关键价值点并体现在客户的营销方案中。能够掌握所投放媒体各流量广告资源位置、创意形态、适用的投放目标及广告主类型、数据表现等;

b) **数据分析能力**: 了解兴趣人群重定向逻辑, 熟悉 DMP 数据管理平台的投放方法;

c) **创意能力**: 能够明确分析出创意、素材、落地页的优劣势并定位到优化点, 理解优质创意和广告落地页必备素质和类型, 能够针对落地页设计提供有价值的建议, 协同技术人员打造优质落地页;

d) **投放管理能力**: 熟悉竞品, 面对竞品问题不回避, 能够有应对策略, 理解广告投放的基本思路和步骤、关键要素, 理解常见术语和概念; 能够掌握 Lookalike 原理及使用方法, 能够应用该功能帮助广告主有效拓量; 能够掌握 oCPA、oCPM 原理及使用方法, 对于使用中的常见问题有解决思路; 能够熟练操作投放平台, 熟悉账户所有界面及常用功能, 能够熟练指导广告主操作;

e) **效果优化能力**：理解投放平台账户搭建基本方法，能够为广告主量身定制适合的效果类投放方案；理解投放媒体的广告资源，能够基于广告主的需求，推荐合适的品牌类资源，为广告主量身定制合适的品牌类投放方案。

营销合规能力：

a) **广告法基础知识**：精通广告法实施细则，熟悉各种违反广告法的行为；

b) **创意合规能力**：能够敏锐、准确判定创意是否违反广告法和平台审核规范；

c) **数据安全能力**：能够规范使用数据并保证数据安全，对已有数据及广告交易数据进行主动保护和防护。

职场通用能力：

a) **沟通能力**：能够通过沟通和广告主就投放目标、方案达成一致，具备建立良好的客情关系，具备不产生投诉的能力；

b) **办公能力**：具备使用 Excel 表格统计、分析效果数据，制作报表的能力；

c) **项目管理能力**：在有限的指导下能组织实施一般难度的策划项目，对于具体运作有丰富的经验，能够按照总体计划制定阶段性计划及监控点，并按监控点检查和修正项目进展。

6.2.3 数字营销人才（中级）能力要求

营销通用能力：

a) **营销专业知识**：掌握全面的营销知识，能灵活运用必要的营销知识独立解决有一定难度的专业问题；

b) **行业洞察能力**：熟悉市场环境以及所服务的客户所在行业，能准确地抓住市场的机会问题点，输出关于行业的观点和见解；

c) **客户管理能力**：能够挖掘和引导客户的需求，并为其匹配合适的营销方式；

d) **方案策划能力**：能负责完成某一产品或品牌的策划工作，能够熟练地根据广告主不同阶段的需求，输出营销解决方案。

数字营销专业能力：

a) **产品理解力**：能够理解所推广的产品或服务，能够掌握挖掘客户需求的方法，在准确分析需求的情况下，能够根据广告主的营销目标，合理组织各类资源进行广告投放与管理；

b) **数据分析能力**：熟悉数据驱动营销升级的概念、常见数据平台、接入与应用原则，熟悉并应用数据能力进行营销洞察与效果衡量，熟悉 Marketing API 的主要功能、价值与应用场景，熟悉营销人员的应用角色分工，能够有效对接资源，熟悉 DMP 数据管理平台的投放方法并能够综合运用；

c) **创意能力**：熟悉创意价值，能够掌握创意洞察方法及创意流程、创意实战方法要领，熟悉优质创意和广告落地页的创作生产流程与方法；能够基于对行业、广告主、产品及服务的理解，通过有效的数据分析，制作创意方案，并对创意制作过程进行有效的管理和优化；

d) **投放管理能力**：熟悉广告竞价发展历程，能够通过 oCPX 智能出价满足不同诉求，掌握转化优化策略；能够基于品牌类营销资源，进行投放项目管理与监控，并在各关键环节进行质量把控；

e) **效果优化能力**：熟悉广告在投放不同阶段的效果优化策略和方法，并在大型项目中有效运用，不断提升营销效果。

营销合规能力：

a) **广告法基础知识**：能根据广告法实施细则分析违法问题的根源和细节，并进行优化处理规避违法的风险；

b) **创意合规能力**: 精通广告审核的相关法律法规, 针对违反审核规范的创意, 能提出相应的修改意见;

c) **数据安全能力**: 能够建立和维护数据管理规范体系, 对相关人员分配责任义务, 并定期做数据安全培训。

职场通用能力:

a) **沟通能力**: 能够与客户建立长期良性沟通, 提升客户黏性, 可以引导客户需求;

b) **办公能力**: 高效运用 office 及其他 PS 等工具, 在配色、设计、结构和图形化方面制作具备吸引力的方案;

c) **项目管理能力**: 能够独立负责中型项目的实施和运作, 有能力亲自解决中型项目中大部分问题, 预见可能出现的问题, 并提前确定相应的防范应变措施。

6.2.4 数字营销人才（高级）能力要求

营销通用能力:

a) **营销专业知识**: 能灵活运用营销知识独立解决复杂的专业问题, 能发现工作中的瓶颈问题并采取有效措施改进。

b) **行业洞察能力**: 精通整个市场环境以及所服务的客户所在行业, 能够准确地分析预测出市场的发展潜力、市场格局及发展趋势、竞争对手的策略手段;

c) **客户管理能力**: 能够根据产业发展情况, 引导和影响客户需求, 通过创新的营销方式, 为客户持续创造价值;

d) **方案策划能力**: 能独立完成广告主整体策划工作, 能完成营销策略的制定, 市场策略有一定创新。

数字营销专业能力:

a) 产品理解力：精通所推广的产品或服务，能够创新性的策划匹配用户的营销方案，提升客户价值。熟悉合作媒体的广告资源，能够指导团队进行各类资源的合理配置。

b) 数据能力：精通数据驱动营销，能够结合客户、媒体、行业的情况，为客户提供完善的数字化转型方案；除数字营销外，能够在客户的运营数字化、销售与渠道数字化、用户管理数字化、私域业态建设等方面提供一揽子的解决方案；

c) 创意能力：精通数字营销创意生产过程，能够有效管理各类创意生产过程，对创意数据分析、创意洞察、创意项目管理、创意效果评估优化等能够沉淀出方法论，并对行业创意提效、提质产生深远影响；

d) 投放管理能力+效果优化能力：熟悉合作媒体的广告资源，能够指导团队进行各类资源的合理配置、投放管理与效果优化，达到或超出广告主的预期，并能够沉淀营销解决方案和优化方法论。

营销合规能力：

a) 广告法基础知识：具有创造力，能在不违背广告法前提下，实现客户利益的最大化；

b) 创意合规能力：能够基于行业发展，对广告创意审核相关法律法规制定产生一定推动和影响；

c) 数据安全能力：追踪和分析数据相关法规及政策，向内传递相关动态并调整数据管理规范体系。

职场通用能力：

a) 沟通能力：对客户有较强影响力，具备一定的谈判技巧、协调能力和资源拓展能力，并能够快速和顺利推动工作的完成；

b) 办公能力：大型客户提案回顾拜访、大型场合演讲竞标能力；精通多种工具，在数据分析、方案呈现、素材审美制作、效率提升方面有深入研究并能指导他人；

c) 项目管理能力：能组织实施复杂的大型项目策划，对于具体运作有丰富的经验，能准确分析出影响项目成败的关键问题、机会点，能预见和解决项目运作中出现的重大问题。