

团 体 标 准

T / CAAAD 002—2023

中国广告优化师人才能力评估规范

Specification for Chinese Advertising Optimizer Talent Competency

中国广告协会 发布 2023 - 07

目录

前 言.....	2
引 言.....	3
1. 范围.....	4
2. 规范性引用文件.....	4
3. 术语和定义.....	4
3.1. 数字营销.....	4
3.2. 智能营销.....	4
3.3. 全链路营销.....	4
3.4. 素材创意.....	4
3.5. 账户运营.....	4
3.6. 中国广告优化师定义.....	4
3.7. 中国广告优化师人才能力定义.....	4
3.8. 中国广告优化师人才能力评估规范指标体系.....	5
4. 中国广告优化师人才能力评估规范分级要求.....	5
4.1. 中国广告优化师人才能力评估规范分级指标.....	5
4.2. 中国广告优化师人才能力要求.....	6
4.2.1. 初级：初级广告优化师.....	6
4.2.2. 中级：中级广告优化师.....	7
4.2.3. 高级：高级广告优化师.....	9

前 言

本文件由中国广告协会提出并归口。

本文件起草单位：中国广告协会学术与教育工作委员会、阿里巴巴集团旗下超级汇川广告平台、北京知萌咨询有限公司、北京大学新媒体营销传播研究中心、北京体育大学新闻与传播学院、秒针信息技术有限公司、群邑（上海）广告有限公司、华扬联众数字技术股份有限公司、致维科技（北京）有限公司、耐特康赛网络技术（北京）有限公司、引力传媒股份有限公司、北京知定广告有限公司、北京智盈时代科技有限公司、广州市神推网络科技有限公司、北京纷析数据科技有限公司、北京宝盛科技有限公司。

本文件主要起草人：张国华、王英偶、许潇文、盖方南、肖明超、李春林、沈虹、刘庆振、董婧、宋星、谭北平、栾一闻、渠成、郑丹、黄思成、卢宇、曹剑、韩伟、姜程、王龙龙、黄皓、谷葛林、陈利娴、李宗生、关瑞鸿、雷蕾。

引 言

近年来，随着中国互联网的迅速发展，以及大数据、人工智能（AI）等技术应用领域的扩大，数字营销已经成为企业广告推广的重要手段之一。其中，广告优化师是数字营销团队中不可或缺的角色，他们负责广告投放策略、广告文案设计、关键词优化、竞价调整等工作，可以为企业带来有效的营销效果。

目前，广告优化师已成为数字广告的中坚力量，无论是平台还是广告公司，对于广告优化师的能力要求在不断攀升，广告优化师人才能力评估规范成为了行业的关注点。广告优化师的市场需求量较大，但由于行业门槛较低，人才质量良莠不齐。同时，广告优化师的职业发展路径和晋升也缺乏统一的标准化规范，导致人才能力评估和选拔存在一定的难度和风险。而伴随着人工智能生成内容（AIGC）以及人工智能（AI）技术的发展，持续输出优质的广告内容创意、善用 AI 工具的战略和创意，也将成为广告优化师需要进一步提升的方向。针对不断变化的互联网广告形态，建立多层次、专业化的广告优化师人才培训和认证体系，提高行业优秀人才的供给成为行业共同期待。

本规范旨在给出中国广告优化师的定义和中国广告优化师人才能力的定义，建立中国广告优化师人才能力评估规范指标体系，规范中国广告优化师人才能力评估分级要求，为互联网广告从业者提供切实可行的方案，方便我国互联网广告产业各相关方参考使用。

中国广告优化师人才能力评估规范

1. 范围

本评估规范规定了中国广告优化师人才能力评估规范的指标体系、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

借助于互联网络电脑通讯技术和数字交互式媒体来实现营销目标，基于明确的营销对象，通过数字化多媒体渠道，实现营销精准化，营销效果可量化，数据化的营销方式。

3.2. 智能营销

利用人工智能和数字驱动的技术，通过自动化、个性化和精准化的方式，实时优化广告投放和营销策略，以最大程度地提高广告效果和用户参与度的营销方法。

3.3. 全链路营销

通过整合和协调各个环节，从品牌宣传到销售转化的全过程，以确保广告活动的连贯性和一致性，最大程度地提升广告效果和业务成果的营销策略。

3.4. 素材创意

通过独特、清晰、情感共鸣的设计元素和内容，传达广告信息并吸引目标受众的注意力。

3.5. 账户运营

账户运营是负责管理和优化广告账户，通过监测和分析数据、制定有效的广告策略、调整账户优化战术，以实现广告投放目标并提升广告效果的工作。

3.6. 中国广告优化师定义

广告优化师是通过优化广告策略、创意和投放战术，以及数据分析和实验测试的方式对互联网广告投放进行优化、调整和管理，帮助企业提升广告效果和投资回报，实现营销目标的专业人员。

3.7. 中国广告优化师人才能力定义

广告优化师人才能力是指在互联网广告投放与管理工作中，能够对接媒体和广告主，既

了解媒体平台的资源和产品特点，也深度了解广告客户的需求，可以进行优化媒介组合、人群、地域、广告投放时间、广告创意、广告素材、落地页，并能顺应互联网技术发展，了解跨媒体平台的投放和跨公私域的投放及智能营销、AI 营销的职业能力。

3.8. 中国广告优化师人才能力评估规范指标体系

中国广告优化师人才能力评估规范指标分为四大类，即一级指标，职场通用能力、优化师通用能力、优化师专业能力和优化师创新能力，每一项一级指标分别包含各项细分的二级指标，详见图 1。

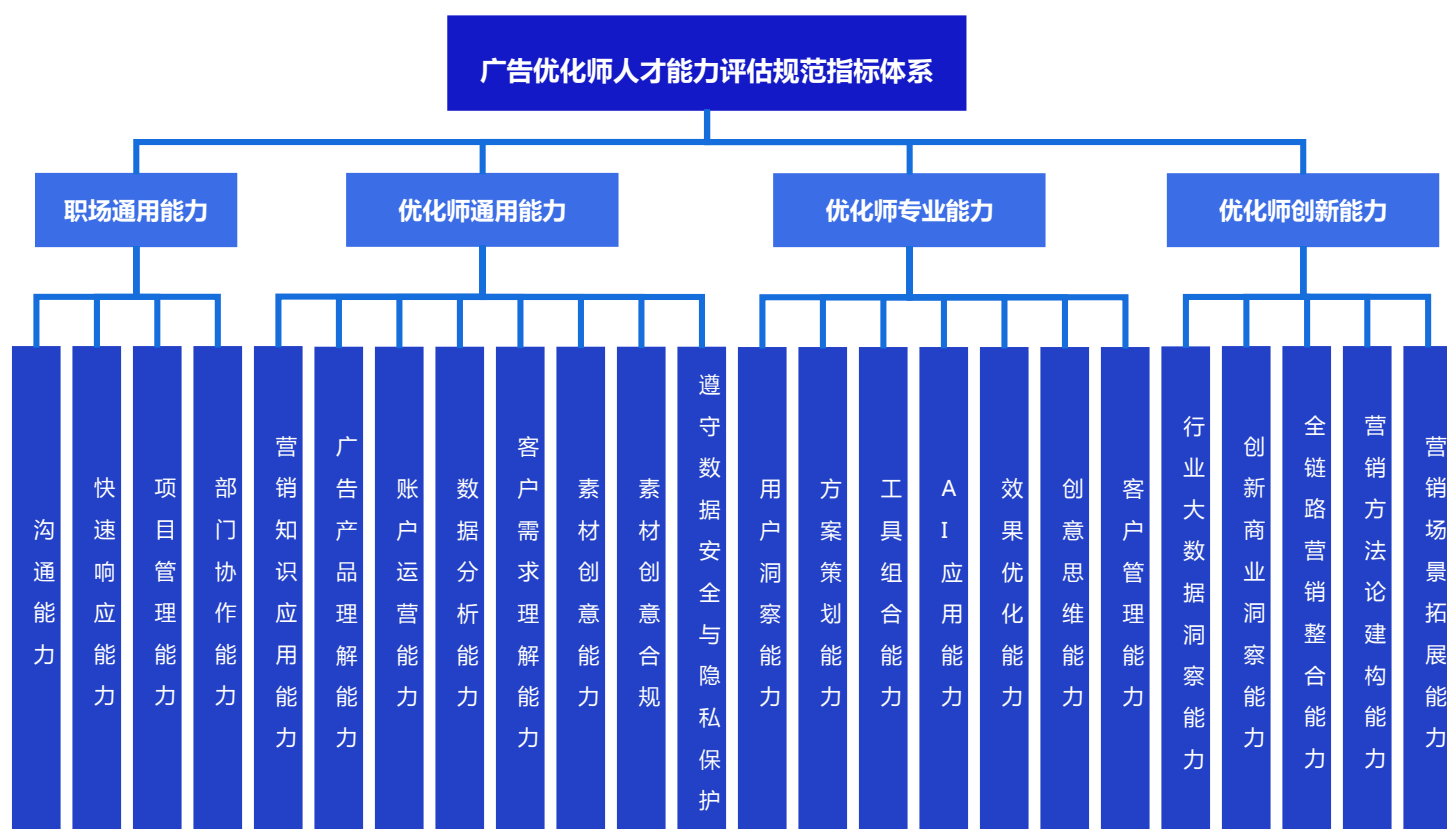


图 1 中国广告优化师人才能力评估规范指标体系图

4. 中国广告优化师人才能力评估规范分级要求

4.1. 中国广告优化师人才能力评估规范分级指标

中国广告优化师人才能力评估规范分级指标见表 1。

表 1 中国广告优化师人才能力评估规范分级指标

一级指标	二级指标	初级	中级	高级
职场通用能力	沟通能力	√	√	√
	快速响应能力	√	√	√
	项目管理能力		√	√

	部门协作能力	√	√	√
优化师通用能力	营销知识应用能力	√	√	√
	广告产品理解能力	√	√	√
	账户运营能力	√	√	√
	数据分析能力	√	√	√
	客户需求理解能力	√	√	√
	素材创意能力	√	√	√
	素材创意合规	√	√	√
	遵守数据安全与隐私保护	√	√	√
优化师专业能力	用户洞察能力	√	√	√
	方案策划能力		√	√
	工具组合能力		√	√
	AI 应用能力	√	√	√
	效果优化能力	√	√	√
	创意思维能力		√	√
	客户管理能力		√	√
优化师创新能力	行业大数据洞察能力			√
	创新商业洞察能力			√
	全链路营销整合能力			√
	营销方法论建构能力			√
	营销场景拓展能力			√

4.2. 中国广告优化师人才能力要求

4.2.1. 初级：初级广告优化师

(1) 职场通用能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 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，具备沟通客户需求与反馈的能力，避免产生客户投诉；
- 2) 快速响应能力：能够及时回应客户的需求和问题，并尽快采取行动解决简单的广告账户挑战，以确保广告投放的顺利进行；
- 3) 部门协作能力：能够按照项目需求，跨部门协作共同完成任务，互补互助达到团队最大工作效率；

(2) 优化师通用能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 营销知识应用能力：理解营销专业的通用知识，包括营销的基本概念、市场分析和调研、营销策略制定与执行等，并能够运用在具体项目中；
- 2) 广告产品理解能力：对常见广告产品的基本功能和特点有了解，并能根据指导执行广告策略，以支持广告活动的运营和效果优化；

- 3) 账户运营能力：依据上级要求，对客户的账户进行有效管理和运营，确保项目的顺利进行；
- 4) 数据分析能力：依据上级要求，能够对数据作全面的基础分析，进行数据及分析结果的可视化展示；
- 5) 客户需求理解能力：能够基本理解客户的广告目标 and 需求，以及能够执行简单的广告策略和优化方案，并与团队协作，为客户提供满意的服务；
- 6) 素材创意能力：依据上级要求，能够独立或团队合作地生成具有创意性和吸引力的视觉、文案或多媒体素材；
- 7) 素材创意合规：了解创意素材内容合规性的规范；
- 8) 遵守数据安全与隐私保护：清楚数据的重要性，有意识提升整体数据安全防护意识和能力；

(3) 优化师专业能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 用户洞察能力：能够深入了解目标受众的需求、偏好和行为，从而更好地针对性地优化广告内容和投放策略；
- 2) AI 应用能力：了解 AI 技术在广告行业的基础应用，以及现有市场上所推广的 AI 产品或服务；
- 3) 效果优化能力：依据上级要求协助执行效果优化方案，能够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；

4.2.2. 中级：中级广告优化师

(1) 职场通用能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 沟通能力：能够与客户建立长期良性沟通，提升客户粘性，可以引导客户需求；
- 2) 快速响应能力：能够迅速、高效地回应客户需求和问题，快速解决广告账户中的挑战，并及时调整策略和优化方案以保证广告投放的顺利进行；
- 3) 项目管理能力：能够独立负责中型项目的实施和运作，对于具体运作有丰富的经验，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；
- 4) 部门协作能力：能够带领团队进行跨部门合作，并且在处理好本部门工作的同时能够协助本部门内部人员与其他部门协同工作，合理分配任务；

(2) 优化师通用能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 营销知识应用能力：熟悉营销专业的通用知识，包括营销的基本概念、市场分析和调研、营销策略制定与执行等，并能够独立运用在大型项目中；
- 2) 广告产品理解能力：能够基本理解不同广告产品的功能、特点和使用方法，并能根据客户需求和目标，提供适合的广告产品建议和方案，以达到预期的广告效果；
- 3) 账户运营能力：能够熟练掌握广告策略与目标、创意优化、数据分析与报告、预算管理以及市场竞争分析等关键技能，能够有效地管理广告账户并实现良好的广告效果；
- 4) 数据分析能力：能够基于项目需求进行指标间的关系分析，合理利用分析技术进行模型构建，分析影响因素及影响路径，并依据数据分析结果给出下一步完善计划；
- 5) 客户需求理解能力：能够准确理解客户的广告目标 and 需求，以及根据客户要求广告策略制定和优化方案设计；
- 6) 素材创意能力：能够评估和提供创意素材建议，包括广告文案、图像选择等，以支持广告创意的优化和提高广告效果；
- 7) 素材创意合规：精通广告素材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；
- 8) 遵守数据安全与隐私保护：清楚数据的重要性，有意识提升个人及周围同学整体数据安全防护意识和能力；

(3) 优化师专业能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 用户洞察能力：能够基于数据分析和市场研究，对目标用户的行为和兴趣进行挖掘，并结合洞察提供针对性的广告优化建议，以增强广告的针对性和吸引力；
- 2) 方案策划能力：能够挖掘和引导客户的需求，并为其匹配合适的广告投放方案，且能够对项目整体有把控能力；
- 3) 工具组合能力：能够熟练运用广告平台和相关工具，结合数据分析和广告优化技巧，以提升广告账户投放的绩效和效果；
- 4) AI 应用能力：对 AI 技术潜力有全面认知，了解现有市场上所推广的 AI 产品或服务，并运用 AI 技术和工具来分析广告数据、优化广告投放和创

意，以提高广告效果和 ROI；

- 5) 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；
- 6) 创意思维能力：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内容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，制作创意方案，并对创意制作过程进行有效的管理和优化；
- 7) 客户管理能力：能够建立良好的客户关系，有效沟通并理解客户需求，提供专业建议和解决方案，以满足客户的期望并达成共同目标；

4.2.3. 高级：高级广告优化师

(1) 职场通用能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 沟通能力：对客户有较强影响力，具备高效的谈判技巧、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；
- 2) 快速响应能力：能够迅速识别和解决复杂的广告账户挑战，快速采取行动并调整广告策略，以应对变化的市场需求，并保证广告活动的成功实施；
- 3) 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；
- 4) 部门协作能力：对各部门工作内容、能力有清晰了解，并且合理安排工作，调动工作氛围，倾听他人意见，在工作中得到团队内部人员认可和支持，带动项目快速实施；

(2) 优化师通用能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 营销知识应用能力：精通营销专业知识，能够从行业、市场、客户、媒体等多维度理解营销专业，了解营销产业链上下游各个环节的工作特点，并能够高效组织协调资源，根据营销目标进行整合营销投放；
- 2) 广告产品理解能力：能够全面理解不同广告产品的特性、优势和使用场景，以及能够根据客户需求和目标，准确选择和推荐最适合的广告产品组合，以最大程度地提升广告效果和投入回报率；
- 3) 账户运营能力：能够熟练掌握广告策略与目标、创意优化、数据分析与报

告、预算管理以及市场竞争分析等关键技能，能够有效地管理广告账户并实现良好的广告效果；

- 4) 数据分析能力：能够通过数据分析发现、洞察、捕捉行业（或企业）热点（或痛点）问题，合理设计研究项目、研究思路与规划，领导团队进行相关模型构建和数据分析，依据数据分析结果给出下一步完善计划；
- 5) 客户需求理解能力：对数据输出结果方向有整体把握，并能够从数据中洞察出新趋势，引领发展；
- 6) 素材创意能力：能够独立或带领团队策划、设计和制作高质量的创意素材，包括文案、图像、视频等，以打造引人注目、与目标受众产生共鸣的创意，提升广告的吸引力和影响力；
- 7) 素材创意合规：能够基于行业发展，对广告创意素材审核相关法律法规制定产生一定推动和影响；
- 8) 遵守数据安全与隐私保护：追踪和分析数据安全相关法规及政策，向内传递相关动态并调整数据管理规范体系；

(3) 优化师专业能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 用户洞察能力：能够深入洞察和理解目标用户的行为、兴趣和需求，通过数据分析和市场研究，以及专业的用户洞察技巧，为广告优化提供有针对性的策略和创意，以实现精准的广告投放和提升用户参与度；
- 2) 方案策划能力：熟悉并了解各平台广告投放方案，针对客户输出定制化广告投放方案全案，并能沉淀输出行业方法论及验证；
- 3) 工具组合能力：能够熟练运用广告平台和相关工具，以全面检测、分析和优化广告活动，以及制定有效的策略来提升广告效果；
- 4) AI 应用能力：能够利用 AI 技术，通过数据分析和算法优化，精确识别目标受众、优化广告投放策略，并实现广告效果最大化；
- 5) 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；
- 6) 创意思维能力：精通广告投放创意生产过程，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；
- 7) 客户管理能力：能够建立良好的客户关系，有效沟通并理解客户需求，提

供专业建议和解决方案，以满足客户的期望并达成共同目标；

(4) 优化师创新能力：本级广告优化师人才需具备的能力，包括：

- 1) 行业大数据洞察能力：能够深入分析广告数据并发现隐藏的趋势、模式和机会，从而制定针对性的广告优化策略，提升广告投放效果；
- 2) 创新商业洞察能力：能够在广告优化过程中提出创新的商业策略和解决方案，利用新颖的思维和洞察力，发现市场机会并帮助客户实现商业增长与竞争优势；
- 3) 全链路营销整合能力：能够在广告优化过程中将各个营销环节整合，包括策略制定、广告投放、数据分析和效果评估，以实现整体营销目标，并确保广告活动与其他营销措施的无缝衔接和协同作用；
- 4) 营销方法论建构能力：能够根据市场需求和客户目标，构建具有系统性和实操性的营销方法论，包括目标定位、策略规划、创意创新和数据驱动等方面，一直到广告优化工作并实现可持续的营销效果；
- 5) 营销场景拓展能力：能够主动探索和适应不同的市场场景，通过深入了解目标受众、竞争环境和行业趋势，提供多样化的营销策略和创意，以拓展广告在不同场景下的覆盖范围和影响力，从而实现更广泛的市场渗透和业绩增长。