

2022年SMEI观察

用户增长岗位人才 招聘观察

USER GROWTH TALENT RECRUITMENT OBSERVATION



目录

catalogue

1.



序言

2.



职业简况

- 基本概念
- 职业定义
- 职责要求
- 典型职位
- 增长团队

3.



职位与薪酬

- 招聘职位
- 招聘薪酬
- 学历经验

4.



专家观点

- 用户体验
- 增长观点

5.



结语与声明

- 结语
- 声明

6.



关于SMEI

I. 序言

PREFACE

近年来，用户增长岗位招聘量逐渐增多。在全球乃至我国，该职种的内涵与外延皆日益明确、清晰，“用户增长”岗位名称也在招聘与就业市场的用户心智认知中逐步确立。

互联网企业率先开展了用户增长人才的大量招聘工作，随着移动互联网的发展，传统企业加快了数字化的步伐，当前，越来越多的传统企业和数字化转型的企业，也向这类人才伸出了招聘的橄榄枝。人民日报社于2022年8月4日发布的招聘公告中醒目地向社会公开招聘用户增长高级经理、用户增长经理职位，一时成为传统企业、数字化转型的企业招聘用户增长岗位的重大风向标事件。

用户增长新职业的诞生与快速发展，折射出当前企业对于用户增长的困境与需求，这从用户增长相关的搜索指数变化中也可管窥一斑^[1]。用户增长变得更加困难了、用户增长的地位变得更加突出了，由此自然催生出这类能够运用复合型的知识和技能、专门解决用户增长难题的新型职业人才的需求。

SMEI作为“用户增长学”这门新兴学科的全球倡导者和用户增长人才职业发展的推动者，我们将不定期发布用户增长学科建设和人才职业发展方面的报告，咨各方参考。

1.1 “用户增长” 百度、微信搜索指数不断增长



(1)



- 从百度指数看，用户增长的搜索趋势相对比较稳定，工作日明显高于周末，以周为周期呈现有规律的波动。

- 从微信指数看，与用户增长相关的内容波动较大，从近7日数据看，最高指数值约为1500，增长幅度高达近3倍，搜索指数增长明显。

2. 职业简况

JOB BRIEF



User Growth Specialist

2.1 用户增长缘起

谈起用户增长(User Growth)这一概念，最容易联想到的另一个概念就是增长黑客(Growth Hacker)了。

增长黑客被描述成一种像“黑客”那样使用某些非常规技术手段来获得用户增长的方法的人员。由于这个词本身的新异感，在行业内有着很高的知名度。

但另一个不容回避的事实是，招聘职位中鲜有直接招聘“增长黑客”的。究其原因主要有三点：**一是**由于刻板印象，“黑客”有贬义之嫌，正大光明从事增长工作的人往往并不喜欢自己的工作被看作是“见不得光”的；**二是**雇主也不喜欢被客户或公众误解以为在本公司聚集了一群“形迹可疑”、“见不得光”的人，这种联想对企业形象来说是一种负面的伤害；**三是**久而久之大家发现增长黑客宣称的某些用户增长的“奇技淫巧”并无很强的普适性。

在增长黑客概念之外，更普遍的称谓则是“**用户增长**”、“**增长营销**”、“**用户增长运营**”、“**增长产品**”等，它们才是招聘市场中的主流。

上述这些概念(包括增长黑客)的定义或具体描述当然有差异，但去芜存真，本质上，它们有着高度稳固和趋同的内核，即：**以用户为中心的深耕细作理念，强调数据与技术驱动，以不断实验和迭代为核心的精益增长模式。**

而在这些纷纭的名称和概念中，最纯正、最有代表性、使用最广泛的，便是“用户增长”。

2.1.1 用户增长相关岗位名称



2.2 用户增长定义

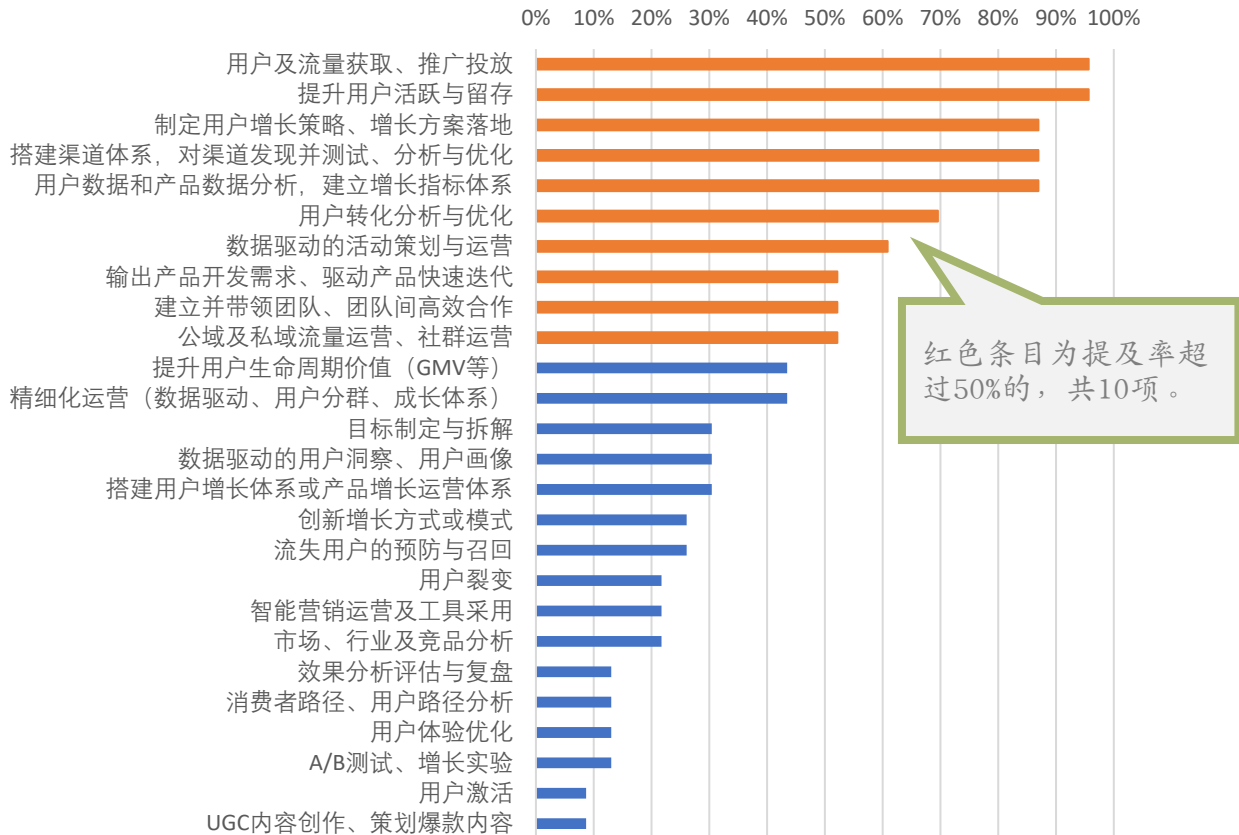
用户增长职业指的是：

秉持以用户为中心的理念，充分运用数据和信息技术手段，通过持续的增长实验和策略迭代来精益化推动用户增长的新型职业。^[1]

[1] 用户增长的定义

- 该定义由SMEI作出，是从职业角度理解用户增长；
- SMEI从度量角度对用户增长的定义是：它指的是有效用户量增加和用户生命周期价值提升。

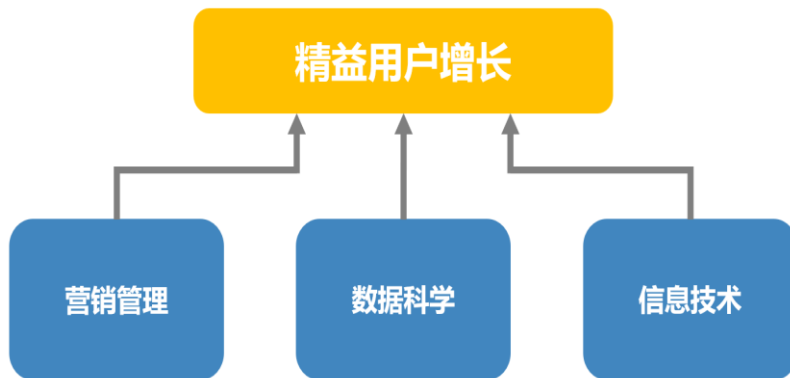
2.3 用户增长岗位职责分析



2.3.1 用户增长岗位职责结论

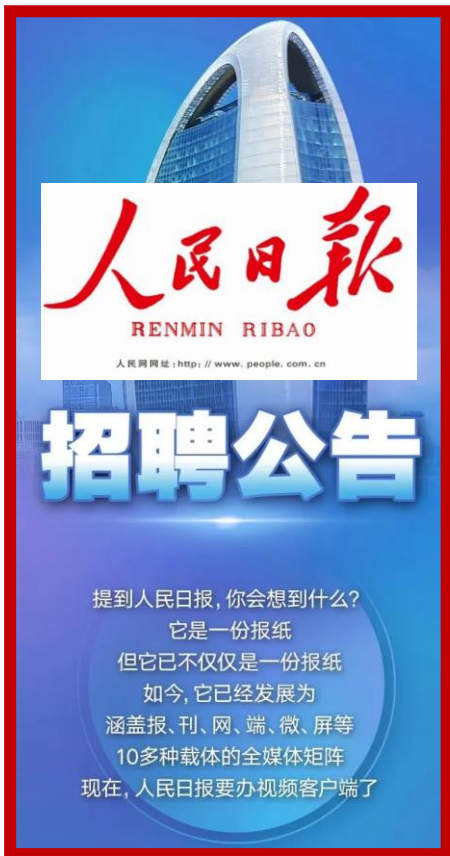
基于10万个数据量级的样本，对于用户增长岗位的职责和要求分析(如上图所示)，我们得出如下结论：

- 用户增长岗位的工作方式：通过精益化运营的方式，以增长试验和策略迭代来驱动用户增长的目标实现。
- 用户增长岗位任职的知识和能力要求：具备营销管理、数据科学和信息技术复合型知识和运营能力，对用户数量、质量和用户的全生命周期价值负责。



2.4 典型企业招聘示例

[1]



提到人民日报,你会想到什么?
它是一份报纸
但它已不仅仅是一份报纸
如今,它已经发展为
涵盖报、刊、网、端、微、屏等
10多种载体的全媒体矩阵
现在,人民日报要办视频客户端了

4.用户增长高级经理 1人 (25-35万/年)

岗位职责:

- (1) 根据人民日报视频客户端的发展战略,负责人民日报视频客户端用户增长工作,为用户规模负责;
- (2) 对增长获客提供理论、实践基础,能够根据产品和功能设计激励运营,输出增长方法论,持续赋能产品用户量增长;
- (3) 负责推广渠道的招标、商务合作等;
- (4) 根本不同的渠道用户特点制定渠道推广目标,设计不同的用户导入策略,对新增、留存等关键指标负责。

任职要求:

- (1) 5年以上大型平台类用户增长产品运营经验,具备商务渠道管理相关工作经验;
- (2) 熟悉互联网产品用户增长渠道和增长方法,有主导完成的成功增长案例;
- (3) 具备极强的逻辑思维与用户思维,有较强的数据分析与跨部门沟通协作能力;
- (4) 良好的沟通能力和资源整合能力,对业务和商业有较好的思考和理解。

5.用户增长经理 2人 (15-25万/年)

岗位职责:

- (1) 根据全局用户增长策略和渠道用户特点,对用户行为、用户场景、用户需求进行分析,针对性产出用户运营策略,实现用户规模增长;
- (2) 以数据为驱动,基于用户理解及数据,洞察公司内外的业务增长机会点,综合分析制定增长策略;
- (3) 探索有效的用户新增渠道,持续优化用户新增策略。

任职要求:

- (1) 在获客、激活、转化、留存、分享的增长链路上,有清晰的方法论、策略和成功案例;
- (2) 对用户增长有热情,能结合数据驱动业务发展,有很好的好奇心和探索精神;
- (3) 逻辑清晰,善于协调资源和推动业务发展。

[1]

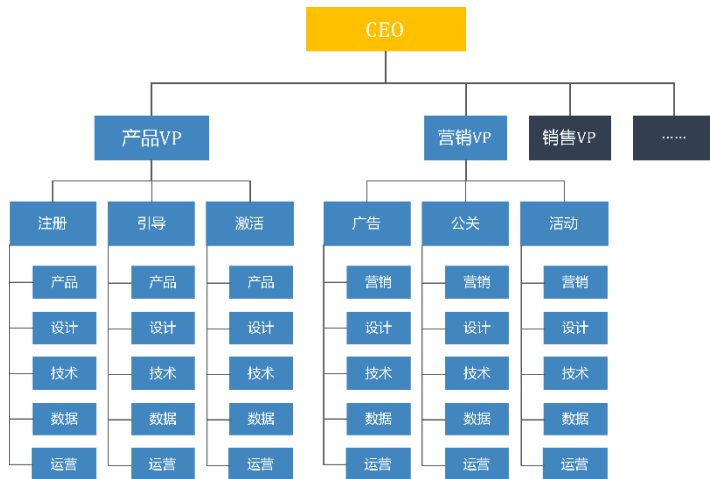
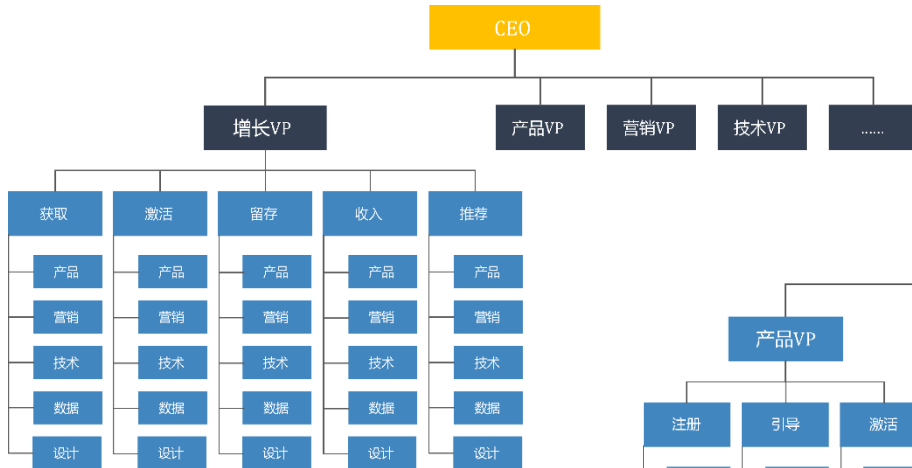
• 此岗位描述实例摘录自2022年8月3日《人民日报》发布的招聘信息。

2.4.1 用户增长岗位典型招聘企业



2.5 用户增长团队

- 对于已经成长到一定规模的企业，通常以更加复合和强大的团队形式来推动增长。增长团队中通常会由产品、技术开发、数据分析、营销、运营等角色构成。增长团队的配置类型主要有两种，即独立型(上图)、功能型(下图)，采取独立型增长团队的知名企业有Meta、Uber等；采取功能型的知名企业有Pinterest、Twitter、Linkedin、Dropbox、BitTorrent等。



3. 职位与薪酬

POSITION AND SALARY

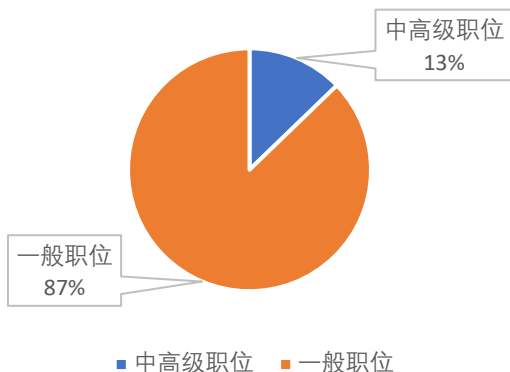


User Growth Specialist

3.1 岗位招聘数量及分布

用户增长总职位117,768个^[1]
其中，中高级职位15,051个^[2]

用户增长职位占比



[1] 用户增长职位的数据说明

- 数据来源为中国5个主流招聘平台
- 检索职位名称中含4种关键词：用户、增长、运营、消费者(但未单独检索营销、产品、私域、电商等关键词职位)
- 检索地域为一线、新一线共19个城市
- 对数据进行清洗(去重、排除异常值等)
- 基于上述步骤而获得供分析的样本数据

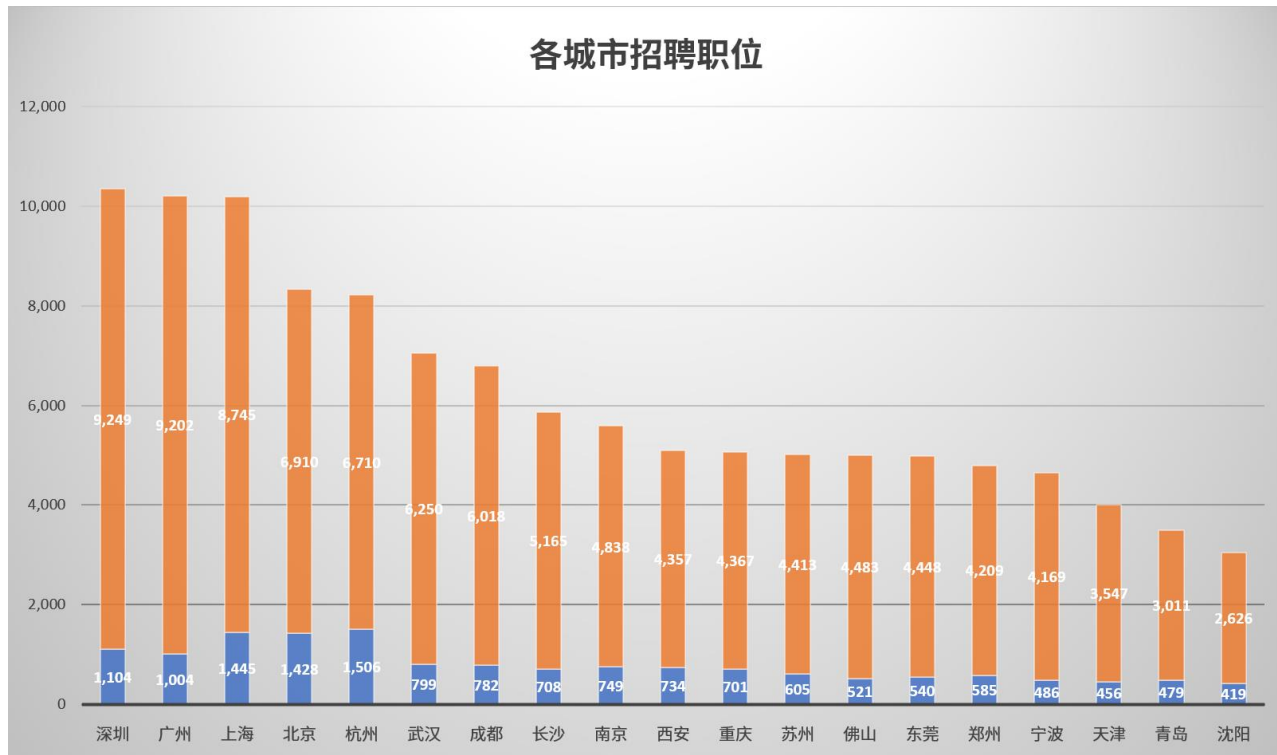
[2] 中高级职位筛选说明

- 若职位名称中含有如下关键词的数据则视为中高级职位：总经理、总裁、高管、运营总、副总、VP、CEO、首席运营官、总监、负责人、专家、首席增长官
- 其它的职位归为一般职位

➤ 若未特别指出，全文数据口径与此相同

3.1.1 岗位招聘城市排名

在全国19城中，总招聘量居前五的分别是深圳、广州、上海、北京、杭州；而中高级职位招聘量居前五的分别是杭州、上海、北京、深圳、广州。



3.1.2 岗位招聘热门标签



热门标签^[1]

用户增长技能所应用最广泛的新媒体、电商、用户运营、产品运营、抖音、社群、短视频、跨境、内容运营等细分工作领域为热门招聘职位。

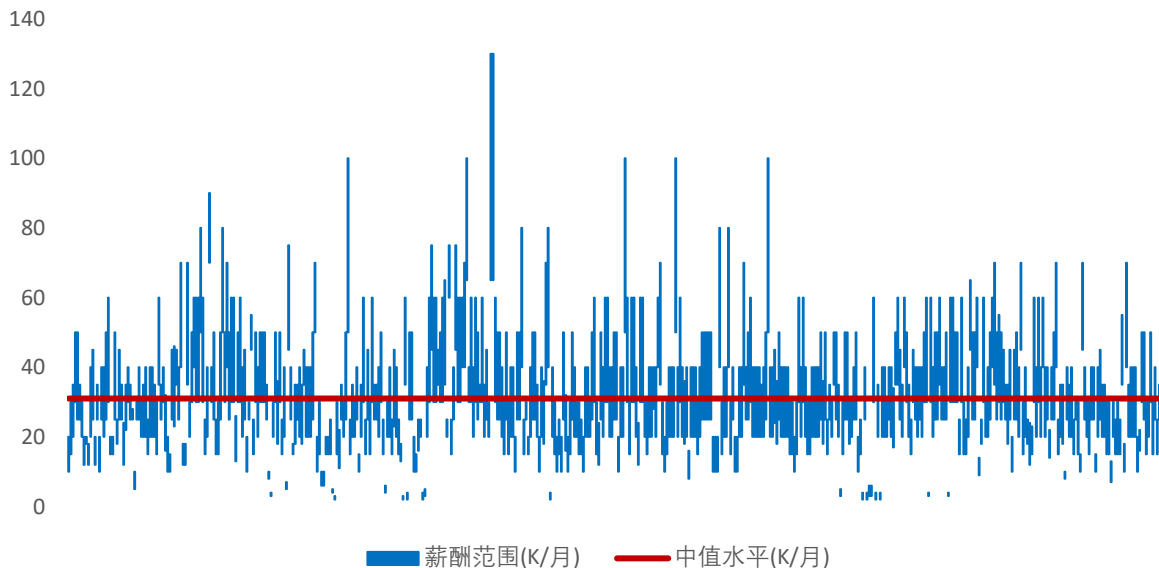
[1] 热门职位标签

- 职位标签指的是职位名称中含有的细分限定词，如“新媒体增长运营”“海外用户增长”“用户增长运营”等。
- 相关数据基于职位分词技术、数据清洗、词频统计后得到。

3.2 总体岗位薪酬

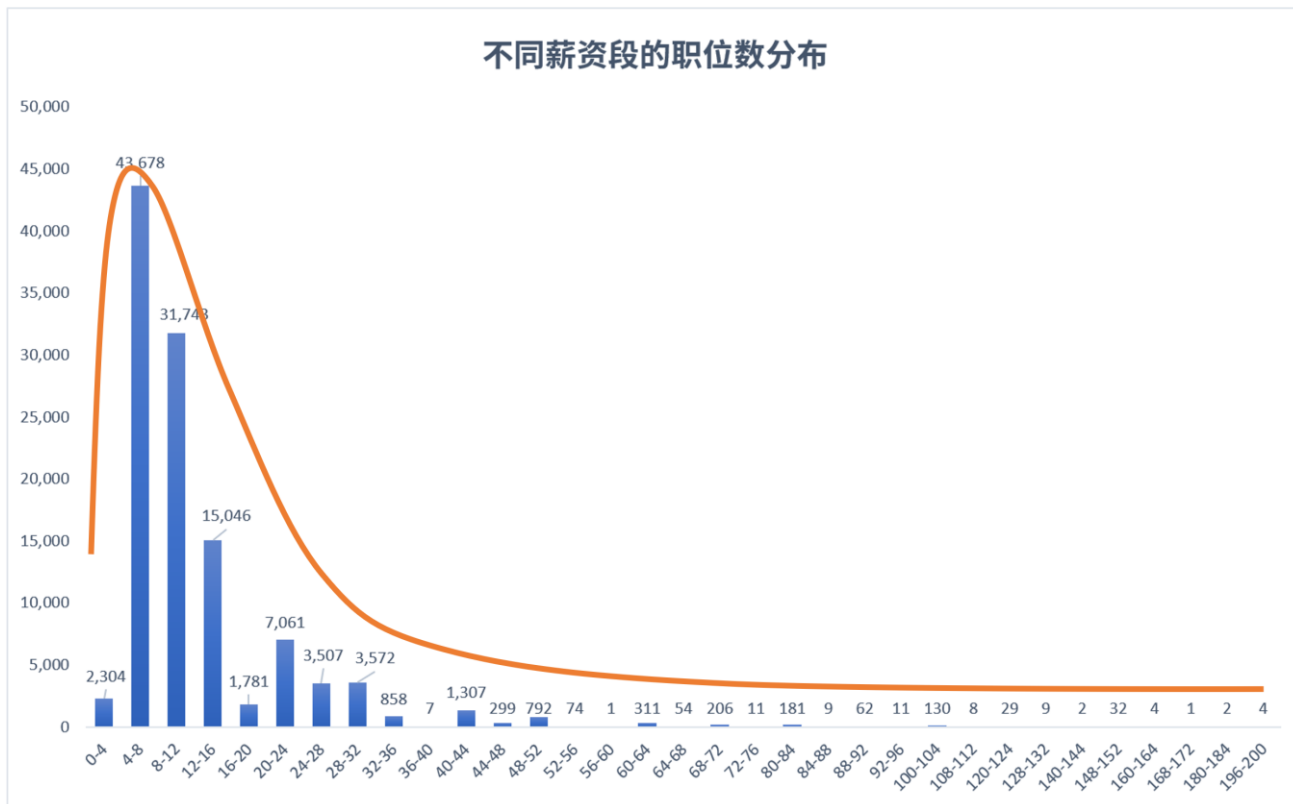
截止当前数据，用户增长职位的招聘起薪均值为11.8K/月，中位数为8K/月；薪酬上限均值为18.8K/月，中位数为13K/月。（由于均值受偏大数和偏小数的影响，因而当一组数据中偏大数较多时，平均数就会大于中位数）这说明用户增长职位的起薪较高的情形比较明显。

用户增长职位总体薪酬水平图



3.2.1 初级岗位薪酬

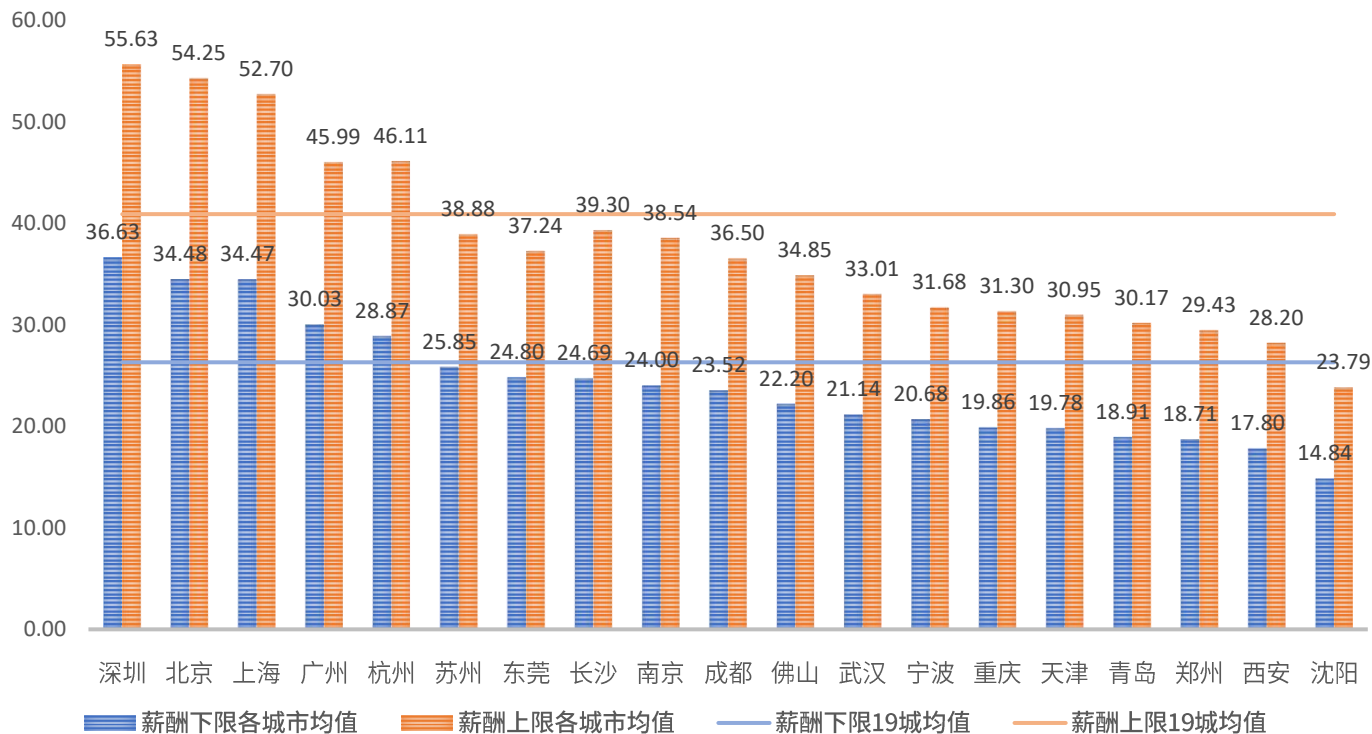
用户增长职位的招聘起薪呈现出明显的正偏态分布，职位数分布的高峰偏左，而长尾则从左侧逐渐延伸于右端。初级岗位起薪主流区间位于4-16K/月的范围，占约76.8%。



3.2.2 中高级岗位薪酬

即中级、高级用户增长岗位的薪酬情况：

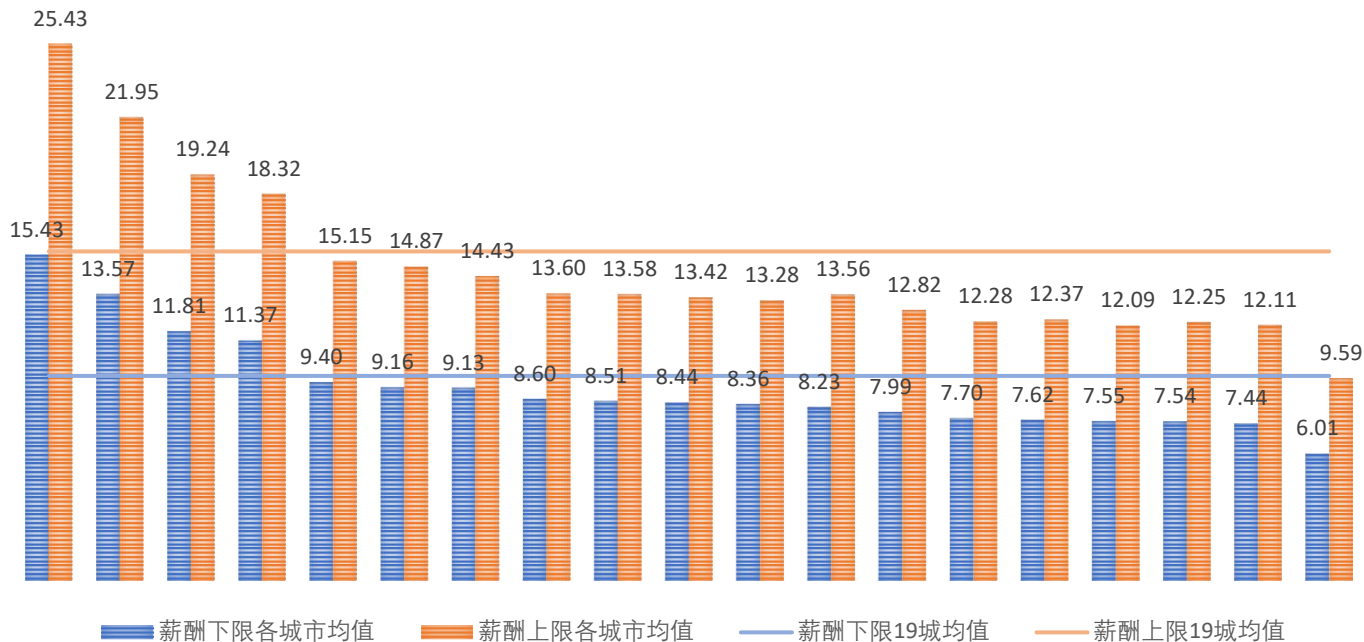
中高级用户增长职位起薪均值为26.3K/月，中位数为20K/月；薪酬上限均值为40.9K/月，中位数为35K/月。



3.2.3 一般岗位薪酬

通过对19城的企业招聘用户增长岗位的数据调研得出，一般用户增长职位起薪均值为9.7K/月，中位数为8K/月；薪酬上限均值为15.6K/月，中位数为12K/月。

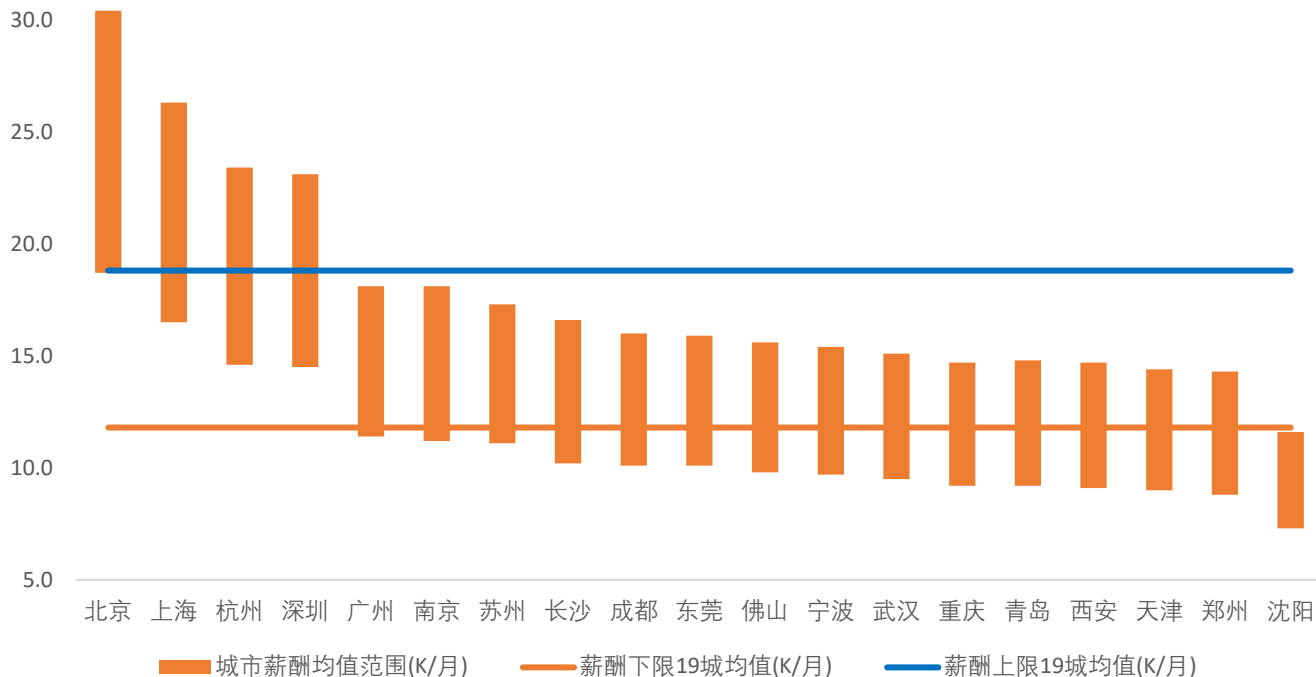
一般职位薪酬(K/月)



3.2.4 城市薪酬水平

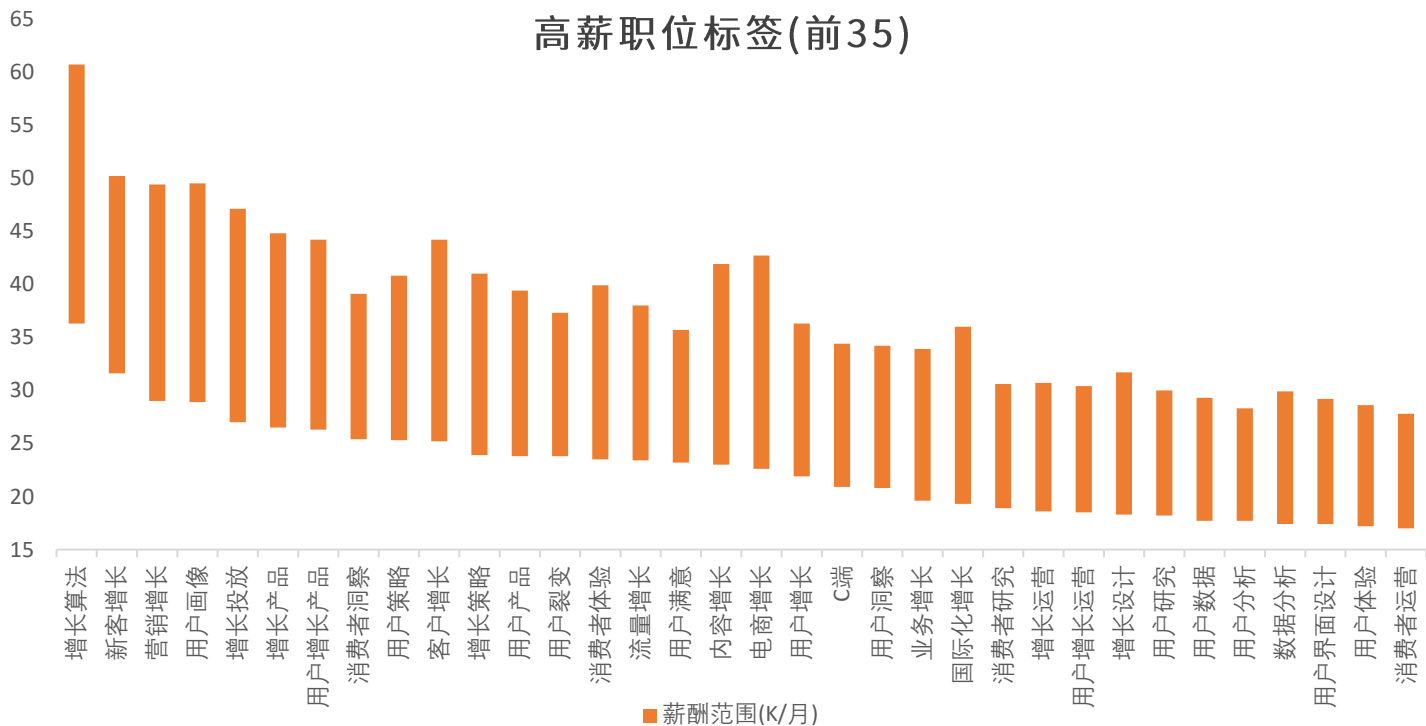
北京、上海、杭州、深圳4个城市的起薪超过了所有城市的平均水平，尤其北京的起薪已超过所有城市上限均值，表明这些城市的薪酬总体水平显著高于其它城市；广州、南京、苏州起薪接近于所有城市均值水平。

各城市用户增长职位招聘薪酬水平



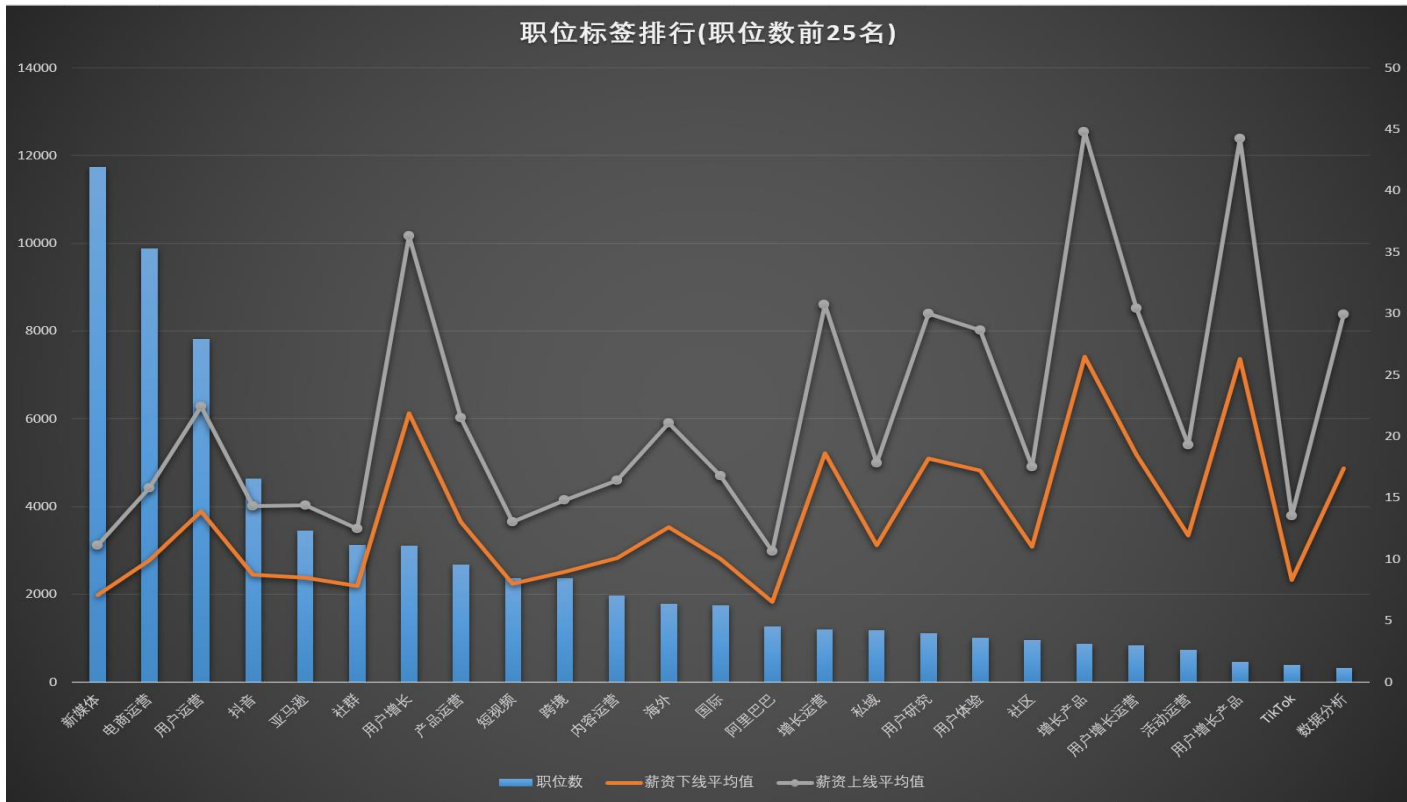
3.2.5 岗位职能与薪酬水平呈现

在增长算法、新客增长、用户画像、增长投放、增长产品细分领域位列高薪的前5。



3.2.6 热门标签职能岗位与薪酬水平的关系

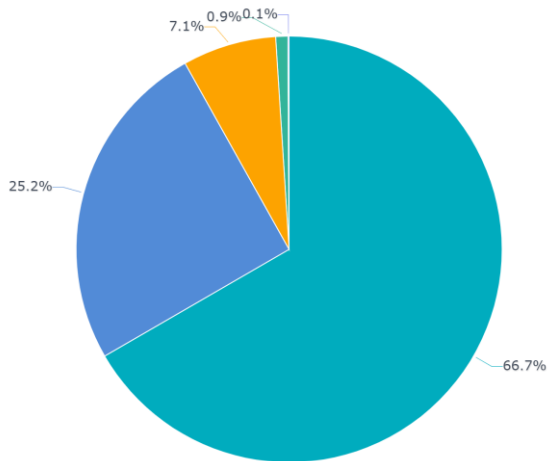
通过热门职位标签与薪酬趋势交叉对比可见，招聘量比较大的细分领域薪酬水平相对较低，反之相对较高。当然，这只是一个笼统的观察，这一结论未进行统计学检验。



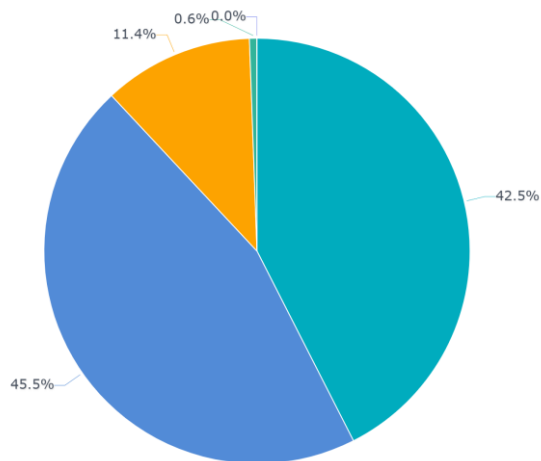
3.3 任职资格

3.3.1 学历要求

中高级职位



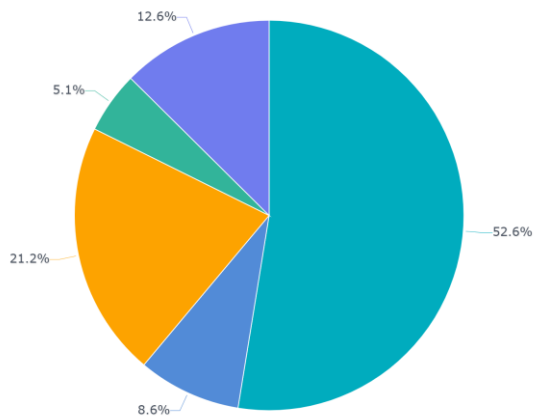
一般职位



■ 本科
 ■ 大专
 ■ 不限
 ■ 硕士
 ■ 博士

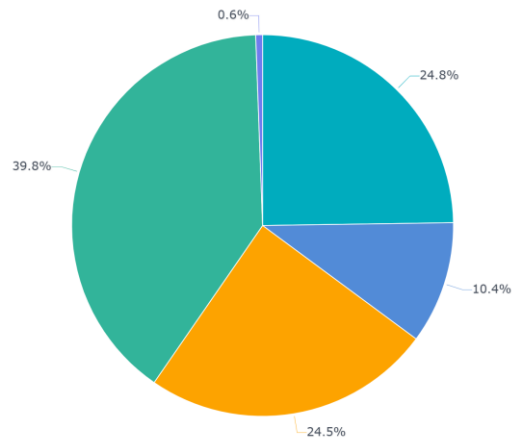
3.3.2 经验要求

中高级职位



- 5-10年(中级)
- 其它(中级)
- 3-5年(中级)
- 1-3年(中级)
- 10年以上(中级)

一般职位



- 3-5年(一般)
- 5-10年(一般)
- 其它(一般)
- 1-3年(一般)
- 10年以上(一般)

4. 业内观点

EXPERT OPINION



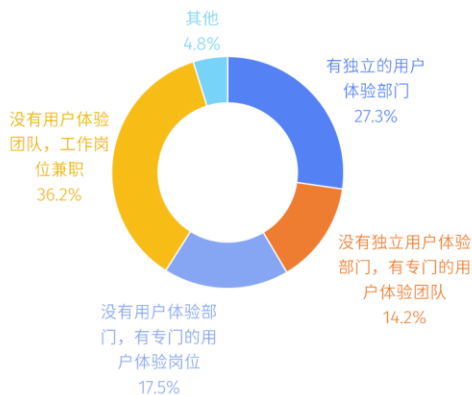
User Growth Specialist

4.1 用户体验是用户增长的基础

前文谈到了用户增长职业的核心标签之一，是以用户为中心；而注重用户体验正是以用户为中心的具体体现，用户的获取与深耕，本质上都建立在用户体验的基石上。调查数据显示，27.3%从业者所在企业有独立的用户体验部门，14.2%有专门的用户体验团队。随着企业规模的增大，更多大型企业建设了专门的用户体验部门或团队，为提升用户体验打造专业化的团队。[1]

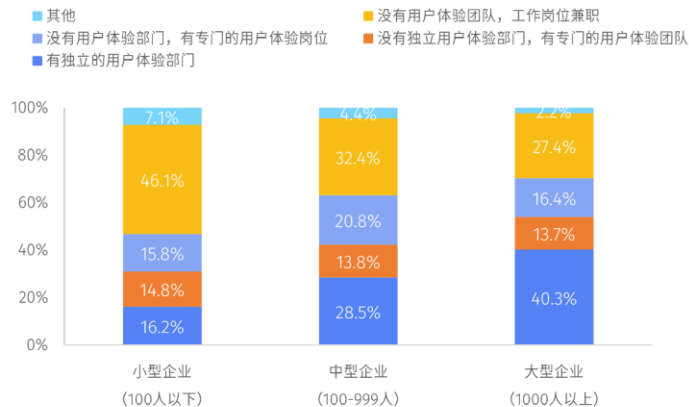
用户体验团队情况

N=5463



不同规模企业用户体验团队情况

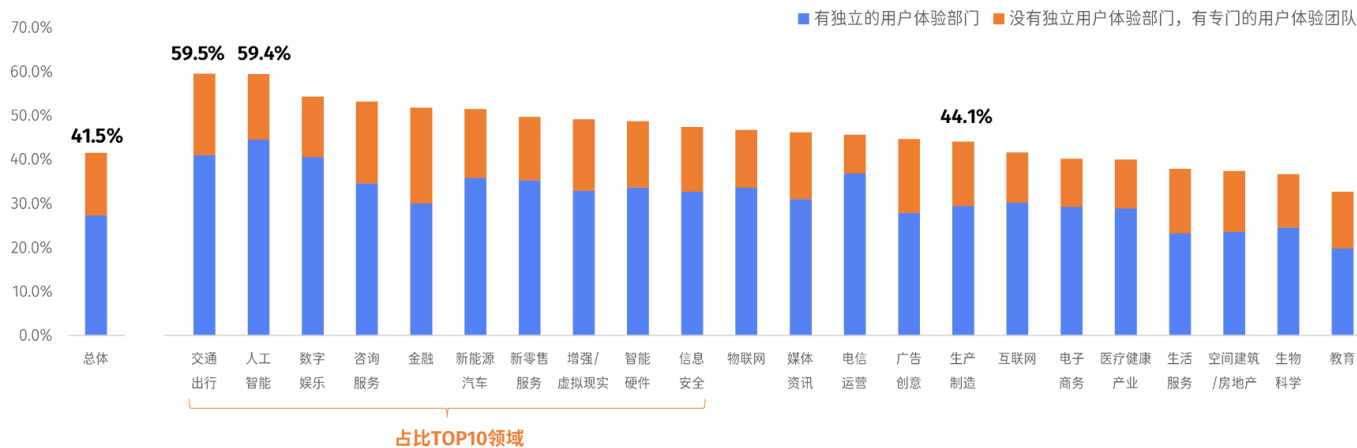
N=5463



调查数据显示，交通出行、人工智能领域企业有独立的用户体验部门或团队的占比最高，将近六成。当下，各领域都在关注用户体验，以传统的生产制造领域为例，也有44.1%的企业设置了独立用户体验部门或团队。^[2]

各领域从业者所在公司用户体验团队情况

N=5463



[1] [2]

- 观点及图片引用自《2021中国用户体验行业互联网新兴设计人才白皮书》，作者为腾讯CDC、UI中国 (ui.cn)

4.2 增长观点



Sean Ellis

增长黑客概念提出者

“成为一名增长领导者，无所谓什么样的职业背景才是最好的。现在专门担纲这一角色的人士，其中大多数人是从其他专业领域（如工程、产品管理、数据科学或市场营销）转入这个职位的。这些领域的专家都是这个职位的合适人选，因为他们都能带来增长黑客过程的关键优势。”



何兴华

红星美凯龙副总裁

“十年之前，渠道精耕是最大的增长引擎，造就了一大批巨头，譬如像公牛电器、海尔与格力、康师傅、蒙牛与伊利、李宁与雅戈尔、雪花啤酒与王老吉。他们这些品牌在渠道精耕上几乎是一个个绝对的成功样本；而今后的十年，”用户精耕“是新的增长引擎，正在和必将造就无数新秀。”

“现在每个公司都需要一个增长经理！”——《哈佛商业评论》。

“增长团队是 Facebook 在过去 8 年时间里非常重要的发明。”——扎克伯格 (Facebook 创始人)。

“硅谷增长最快的公司越来越多地开始通过增长团队来达成爆炸式同时可持续的增长。仅仅是开发一个有价值的产品已经远远不够了，你还需要竭尽所能让用户体会到并理解这种价值——这就是增长团队所做的事情。通过使用增长框架，Pinterest 达到了 2 亿月活。”——Casey Winters (时任 Pinterest 增长团队负责人)

“增长就是效果可衡量的营销，增长成为硅谷最佳实践的原因只有一个：它的效果是实实在在的。每个公司和商业领袖都需要了解增长，因为你的竞争对手一定会的。”——陈思齐 (天使投资人)

“增长的精髓是一套体系和方法，它以数据为指引，以实验的方式，系统性地在用户生命周期的各个阶段，寻找当下性价比最高的机会，在具体的执行上横跨市场、产品、工程、设计、数据等团队，通过快速迭代实验的方式达到目标。”——曲卉 (前 Growthhacker 增长负责人)

“用户增长不仅是公司业务的驱动力，也是价值文化的双向传递。爱彼迎致力于打造一个‘家在四方’的世界，因此，如何搭建品效合一的用户增长平台，塑造强大的用户增长团队就显得尤为重要。”——孔直秋 (时任 Airbnb 爱彼迎中国增长负责人)

“当前增长是大家普遍最关心的问题，尤其是在人口红利和互联网红利几乎消失殆尽的情况下，用户的增长变成了存量博弈。所以用户增长相关人才开始在行业中变得炙手可热，但真正有成功经验的用户增长人才却不多。”——程浩 (原迅雷创始人)

5. 结语与声明

CONCLUSION & DECLARATION



User Growth Specialist

5.1 结语

以上是“SMEI用户增长人才招聘观察”首期报告的内容。

基于用户增长岗位招聘的大数据和以上企业招聘现状的观察，可以预见，用户增长这一新职业人才的发展也将驶入快车道。以此为起点，后续我们将通过系列报告，展示用户增长人才发展的更多深度内容，敬请期待。

SMEI愿与各方一道，共同推进用户增长学科的建设，共同推进用户增长人才的职业化、国际化和专业化培养，促进行业的规范发展，共创新时代商业的繁荣。

5.2 声明

□ 数据来源

本报告的数据来源于国内五大主流招聘平台以及市面上公开的数据，其中招聘数据的抽样时间为2022年7月，经过数据清洗、分析后而形成可视化图表及观点。

□ 免责声明

本报告作为行业研究的参考性文献，SMEI不对报告内容的准确性、完整性、适用性做任何保证。任何组织或个人援引或使用本报告的数据或观点所造成的法律后果均与SMEI无关。

□ 版权声明

本报告由SMEI编写，报告中所有的文字图表均受相关知识产权法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。引用本报告内容时，须注明出处“SMEI用户增长人才招聘观察”，对本报告引用的第三方内容须单独注明引用来源。任何未按声明规范使用的行为都将违反《中华人民共和国著作权法》等法律法规的规定。

6.关于SMEI

ABOUT SMEI

SMEI (Sales & Marketing Executives International) 即营销国际协会，发端于1880s，1935年在纽约正式注册成立，2011年由国家外国专家局作为高端智力资源引进，2016年成立SMEI中国办公室。主营业务有国际职业能力认证、奖项、国际大赛、论坛及营销教育支持与合作等。

继基思的“生产时代、销售时代、营销时代”之后，SMEI提出了“最终用户时代”的概念。并在全球首倡用户增长学学科，并大力推动其发展。目前已正式出版*User Growth Body Of Knowledge*（《用户增长知识体系指南》），即将出版《用户增长白金教程》，已建立“增长学人”社区，以及全球最大的用户增长题库，与工信部教育与考试中心合作推出了互联网用户增长师线上能力培养证书项目。

我们热烈欢迎企业界、学术界以及其它各界人士参与推动用户增长学科的建设，促进用户增长人才的发展和建设，助力企业打通数字化发展的用户旅程，铺设用户增长的通途大道。

联系方式

service@smei.net
400-8866-521

官网社区

中国官网 smei.net
增长学人社 growthist.smei.net

公众号

