

电力企业电子渠道运营指标体系设计及指标管理方法的研究与应用

金王英¹,杨世旺²,胡如一³,姜震³,潘红雨⁴

(1. 国网岱山县供电公司,浙江 舟山 316200;2. 国网丽水供电公司,浙江 丽水 323000;
3. 浙江华云信息科技有限公司,杭州 310000;4. 国网台州供电公司,浙江 台州 318000)

Research and application of index system design and index management method of electronic channel operation in power enterprises

JIN Wangying¹, YANG Shiwang², HU Ruyi³, JIANG Zhen³, PAN Hongyu⁴

(1. State Grid Daishan Power Supply Company, Zhoushan 316200, China; 2. State Grid Lishui Power Supply Company, Lishui 323000, China; 3. Zhejiang Huayun Information Technology Co., Ltd., Hangzhou 310000, China; 4. State Grid Taizhou Power Supply Company, Taizhou 318000, China)

摘要:近年来,电子渠道已成为电力企业重要服务载体,为了促进运营效率、提升运营水平,设计并科学管理运营指标体系在电子渠道运营工作中至关重要。首先从重视服务体验、洞察客户需求与传递服务价值分析了电力企业电子渠道运营指标体系和指标管理的应用设计思路与原则,并结合运营服务目录、互联网运营模型理念提出了符合电力企业特色的电子渠道运营指标框架和运营管理方法,最后以指标管理体系在渠道运营工作使用为基础,对指标管理体系设计和管理方法进行了验证分析。

关键词:电力企业;电子渠道;运营指标体系;指标管理

Abstract: In recent years, electronic channel has become an important service carrier for electric power enterprises. In order to promote operation efficiency and improve operation level, it is very important to design and scientifically manage operation index system in electronic channel operation. Firstly, from the point of view of emphasizing service experience, insighting customer needs and delivering service value, the application design ideas and principles of electronic channel operation index system and index management of power enterprises are analyzed. Combining with the concept of operation service catalogue and Internet operation model, the framework of operation index and operation management method of electronic channel which conform to the characteristics of power enterprises are put forward. Finally, based on the use of index management system in channel operation, the design and management methods of index management system are verified and analyzed.

Key words: power enterprise; electronic channel; operating index system; index management

0 引言

近年来电力企业营销专业业务精益化管控指标已形成较为完备的评价体系,随着“互联网+营销服务”业务的深入发展,电子渠道已成为电力企业重要服务载体,现有指标评价体系与电子渠道多样性的矛盾日益突出。一方面,业务范围有缺失,尚未涵盖电E宝、微信公众号、支付宝生活服务商等新型电子渠道产品;另一方面,运营指标碎片化管理,指标数据散落在各业务系统中,缺少对运营指标的整体设计和规划。

目前电力企业关于评价体系的研究主要体现在企业层级的精益化管理,而少有关于电子渠道指

标管理体系的设计与研究。文献[1]—文献[4]分析验证了基建、信息化与安全文化方面的指标评价体系。现有的指标体系的分析与研究多聚焦于企业层级各专业的评价指标体系,缺乏电子渠道的运营指标体系的实际研究和具体分析。

本文首先从重视服务体验、洞察客户需求与传递服务价值等方面分析了电力企业电子渠道运营指标体系和指标管理的应用设计思路与原则,并结合运营服务目录、互联网运营模型理念提出了符合电力企业特色的电子渠道运营指标框架和运营管理方法^[5],通过将互联网产品运营方法引入到电力企业运营指标管理体系中,能够对电力企业运营指标数据应用方法和方向带来一定的指引,对提升电力企业数字化运营具有指导性意义。

收稿日期:2019-08-01;修回日期:2019-09-03

1 电子渠道运营指标体系设计思路和原则

配合“互联网+营销服务”建设^[6],支撑电子渠道产品落地运营,指导运营部门有效地开展运营工作,关键在于建立以客户为中心,以数据为指导,以效率为目标的现代化互联网服务运营指标体系,充分理解电子渠道运营的背景和需求。科学合理设计电子渠道运营指标体系。

2 电子渠道运营指标体系

以客户为中心,以数据为指导,以效率为目标的思路与原则,依托电子渠道运营服务目录和场景设计,吸收互联网产品运营“AARRR”模型理念,结合“客户-产品-渠道CPC”模型,提出了符合电力企业特色的电子渠道运营指标体系^[7]。

2.1 运营指标体系框架

运营指标体系由运营指标体系框架和指标模型构成。其中运营指标体系框架包括品牌影响、客户运营、产品/服务运营、渠道运营、业务处理和支撑管理6个大类、16个小类和各分析主题^[8],如图1所示。

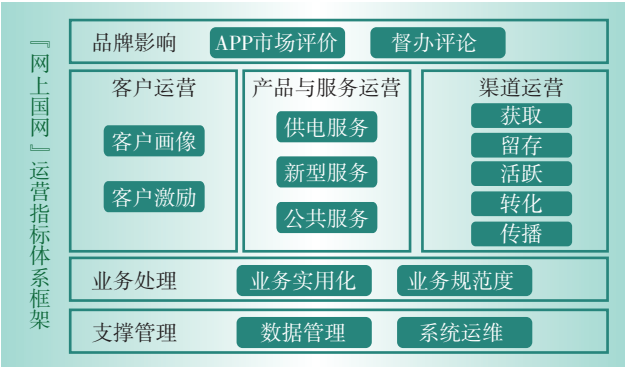


图1 电子渠道运营指标体系框架

Fig. 1 Electronic channel operation indicator system framework

2.2 运营指标模型

运营指标有诸多属性组成,总体上可分为基础属性和数值属性。

指标基础属性用以描述运营指标的基础信息,明确指标的业务定义、计算逻辑和管理信息等属性。主要基础属性包括指标体系、归口部门、指标编码、指标名称、指标定义、等信息。

指标数值属性用以描述运营指标的具体衡量数值,明确指标的统计值类型,包括本期值、本期计划值、本年累计值等。

3 运营指标管理方法

实现指标从业务口径、计算开发、联调测试、上线发布、应用迭代和指标下架的全生命周期的管理,如图2所示。



图2 运营指标管理方法

Fig. 2 Operating index management method

(1) 确定业务口径

首先确认指标定义、业务逻辑和应用场景等指标基础信息,并划分好运营指标体系。

(2) 计算开发、联调测试及上线发布

进行指标的计算开发,并校验指标数据的准确性和一致性。通过测试后,发布上线到实际业务场景中使用,为运营分析工作提供数据支撑。

(3) 应用迭代和指标下架

以“以用促改”的迭代机制推动指标体系更新。指标在无实际业务应用场景时,对指标进行下架。

4 应用成效分析

4.1 实现运营指标集中管理和共享服务模式

在指标管理方面,集中管理和维护运营指标,已实现259个运营指标统一管理。在指标数据方面,构建运营指标数据模型,实现指标数据集中存储,累计接入近700万条运营指标数据。在指标服务方面,构建指标数据对外共享应用服务,已为省级运用支撑平台、全景展示大屏、总部运营监测等多个系统提供指标数据支撑运营管理平台如图3所示。

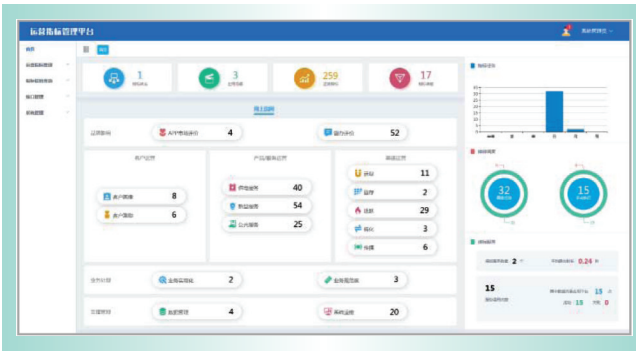


图3 运营指标管理平台

Fig. 3 Operating index management platform

4.2 推动电力企业互联网时代的营销服务模式转型

建立电子渠道运营指标分析体系,通过科学的

运营指标设计,将电力企业“线上”和“线下”业务融合,以全景展示大屏形式将运营过程中各流程环节进行在线监控,帮助运营团队准确快速的量化运营成效,实现数据驱动运营优化。

5 结束语

本文首先从重视服务体验、洞察客户需求与传递服务价值等方面分析了电力企业电子渠道运营指标体系和指标管理的应用设计思路与原则,并结合运营服务目录和互联网产品运营的模式理念,引入互联网产品运营方法,提出了电力企业电子渠道运营指标体系和运营管理方法。并基于指标体系设计成果,指导运营指标管理工具的固化,支撑运营工作,从而为提升客户体验提供了科学、合理的决策依据。D

参考文献:

- [1] 吉绚,刘广宇.精益管理的评价体系[J]. 科技创业月刊,2007(4):124-126.
JI Xuan, LIU Guangyu. Evaluation system of lean management[J]. Pioneering With Science & Technology Monthly, 2007(4):124-126.
- [2] 华明,刘政,周易.电力企业建设工程精益管理评价指标体系的构建[J]. 江西建材,2015(6):248-249.
HUA Ming, LIU Zheng, ZHOU Yi. Construction of lean management evaluation index system for power enterprise

- infrastructure engineering[J]. Jiangxi Building Materials, 2015(6):248-249.
- [3] 张宏阁.电力企业信息化评价体系应用研究[D].北京:北京邮电大学,2014.
ZHANG Hongge. Research on electrical power enterprise informatization evaluation system[D]. Beijing:Beijing University of Posts and Telecommunications, 2014.
- [4] 胡阳升,韩彤,李正志,等.电力企业安全文化评价指标体系研究[J]. 企业技术开发,2016,35(7):89-91.
HU Yangsheng, HAN Tong, LI Zhengzhi, et al. Study on index system of safety culture evaluation in electric power enterprise[J]. Technological Development of Enterprise, 2016, 35(7):89-91.
- [5] 黄有璨.运营之光:我的互联网运营方法论与自白[M].北京:电子工业出版社,2017.
HUANG Youcan. The light of operation: my Internet operation methodology and confessions[M]. Beijing:Electronic Industry Press, 2017.
- [6] 仇天群.“互联网+”电力营销服务[M].上海:上海财经大学出版社,2018.
QIU Tianqun. “Internet +” power marketing service[M]. Shanghai: Shanghai University of Finance and Economics Press, 2018.
- [7] 戴维·帕门特.关键绩效指标[M].北京:机械工业出版社,2012.
DAVID P. Key performance indicators[M]. Beijing: Machinery Industry Press, 2012.
- [8] 李太林.绩效核能[M].北京:北京联合出版公司,2016.
LI Tailin. Performance nuclear energy[M]. Beijing: Beijing United Publishing Company, 2016.

作者简介:

金王英(1993),女,浙江绍兴人,助理工程师,主要研究方向为计量研究。

(责任编辑 邵海雯)

(上接第81页)

该系统切实有效的解答了部门与计量电费相关的用电疑惑,成效显著。D

参考文献:

- [1] 沈然.“互联网+电力营销”核心业务微应用的总体实际研究[J]. 电力需求侧管理,2018(1):3-5.
SHEN Ran. Overall practical research on micro application of Internet + power marketing core business[J]. Power Demand Side Management, 2018(1):3-5.
- [2] 张冉.基于互联网+的电力服务营销策略研究[J]. 能源与节能,2016(1):70-71.
ZHANG Ran. Research on power service marketing strategy based on Internet +[J]. Energy and Energy Conservation, 2016(1):70-71.
- [3] 张军,杨文丽.供电关口电能计量装置存在的问题与改进措施[J]. 内蒙古电力技术,2012,30(6):41-44.
ZHANG Jun, YANG Wenli. Existing problems and improvement measures of electric energy metering device at power supply gateway[J]. Inner Mongolia Electric Power, 2012, 30(6):41-44.
- [4] 李家睿,刘扬洋,顾君雷.供电企业客户停电信息的精益化管理[J]. 电力需求侧管理,2018,20(2):57-59, 64.
LI Jiarui, LIU Yangyang, GU Junlei. Power supply enter-

- prise customer outage information lean management[J]. Power Demand Side Management, 2018, 20(2):57-59, 64.
- [5] 卢健豪,聂一雄,温盛科.基于层次分析法的电能计量装置运行状态评价方法[J]. 电测与仪表,2017,54(14):81-86.
LU Jianao, NIE Yixiong, WEN Shengke. Operational state evaluation method of power metering device based on analytic hierarchy process[J]. Electrical Measurement & Instrumentation, 2017, 54(14):81-86.
- [6] 谷扬,黄艳,王亚军.网络管理充电站电能计量系统及溯源研究[J]. 电测与仪表,2016,53(s1):92-97.
GU Yang, HUANG Yan, WANG Yajun. Research on network management charging station electric energy measurement system and traceability[J]. Electrical Measurement & Instrumentation, 2016, 53(s1):92-97.
- [7] 张伟,张丽.“互联网+”时代下的电力营销模式创新研究[J]. 科技风,2016(13):59.
ZHANG Wei, ZHANG Li. Research on the power marketing model innovation in the Internet + era[J]. Ke Ji Feng, 2016(13):59.
- [8] 邱俊.移动互联网时代下谈电力营销服务[J]. 通讯世界,2017(18):246-247.
QIU Jun. Power marketing services under the Mobile Internet era[J]. Telecom World, 2017(18):246-247.

作者简介:

徐开(1990),男,浙江杭州人,工程师,主要研究方向为电力计量技术研究。

(责任编辑 邵海雯)