



滴滴指标体系建设实践分享

曹雷

2020.12.19



银行

项目经理

美团外卖

数仓架构师

保险

10年+

教练

电力

DBA

滴滴出行

知行合一



目录

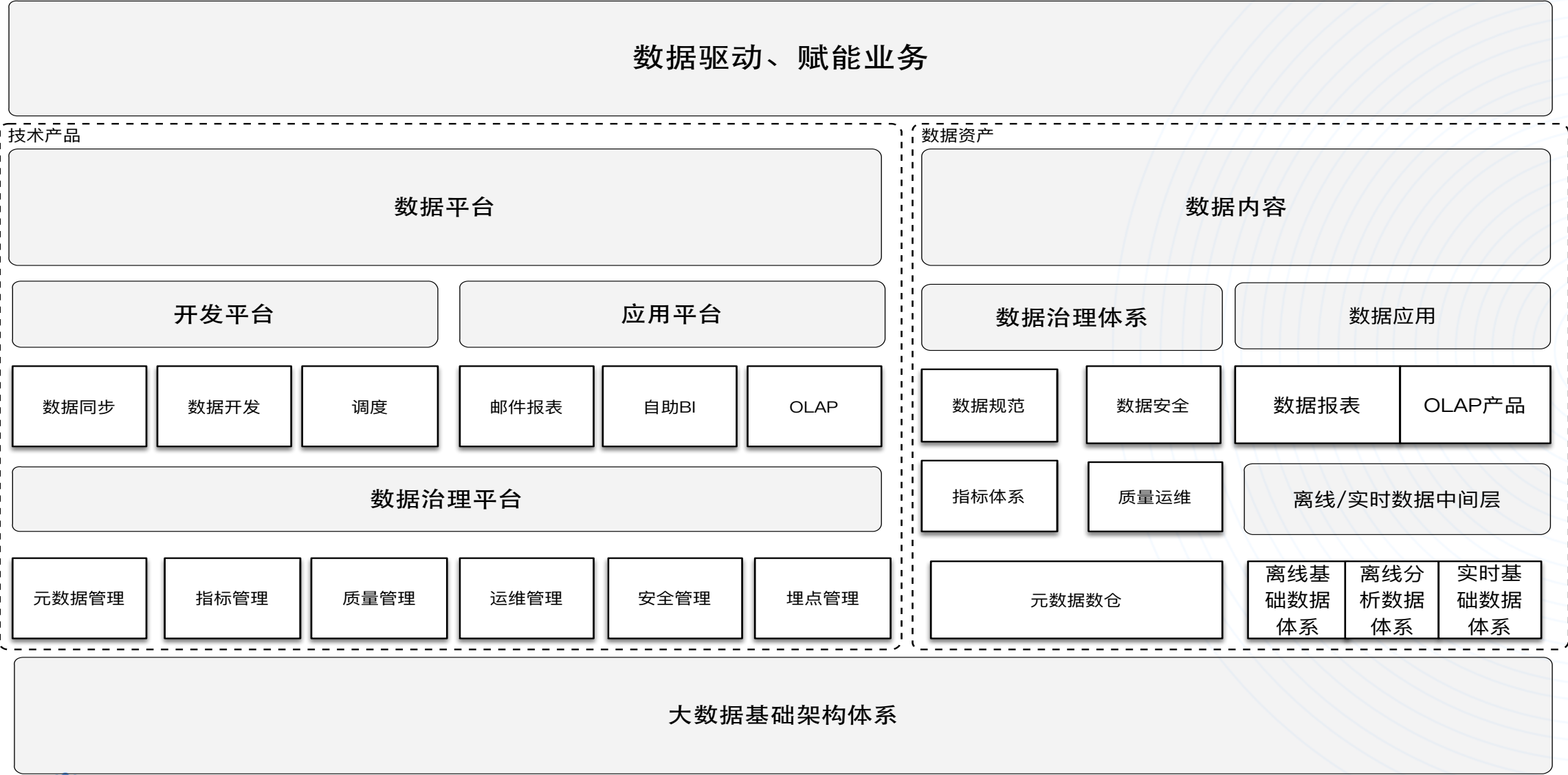
- 前导
- 指标体系概述
- 指标体系搭建方法
- 指标体系管理
- 指标体系产品化



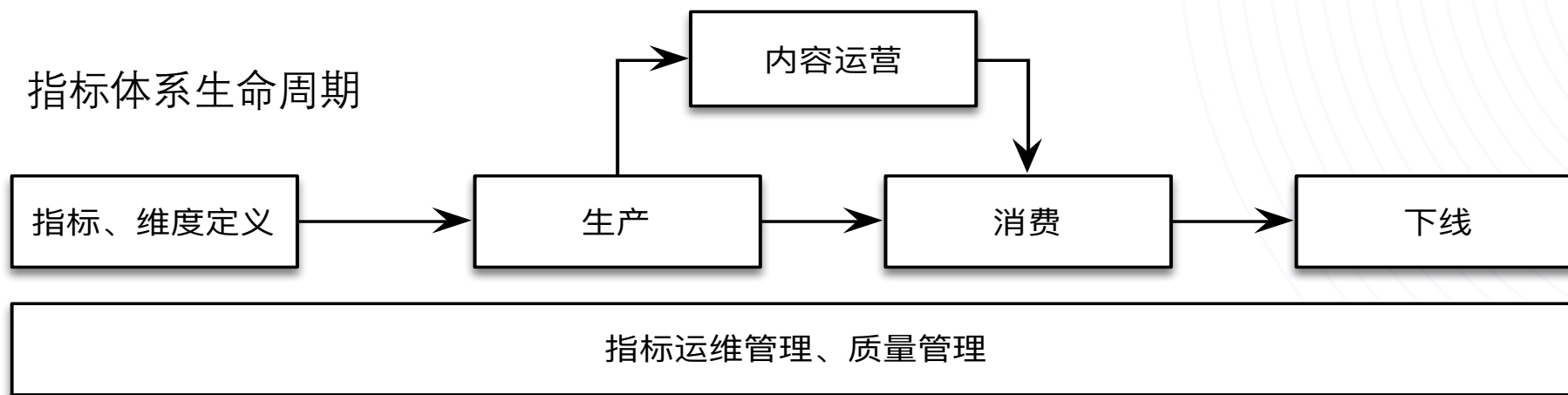
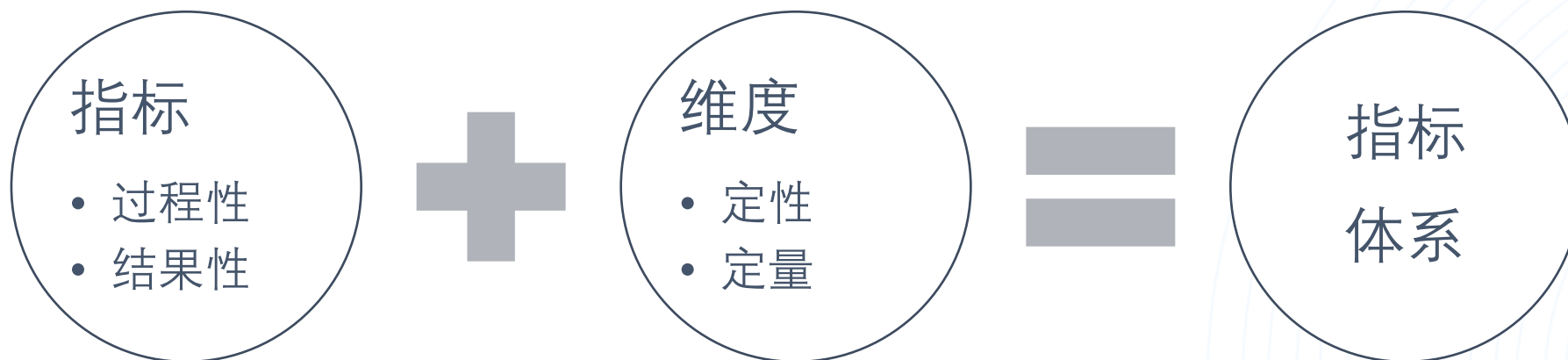
指标体系的问题是背后数据体系的问题



前导-数据体系全景图



概述-指标体系定义

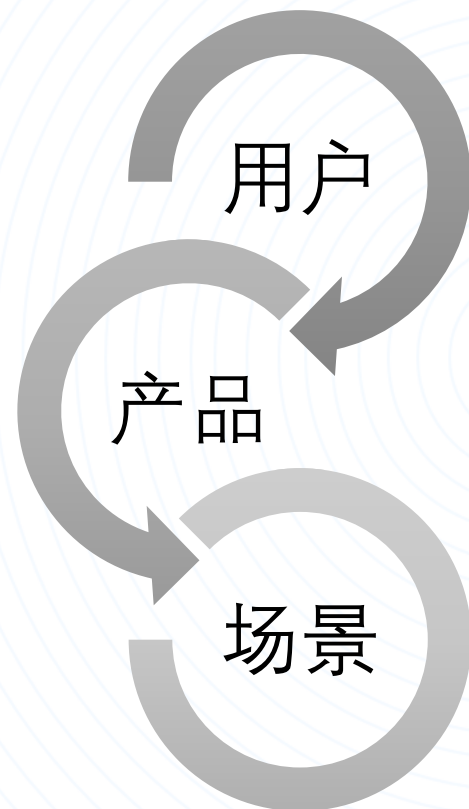
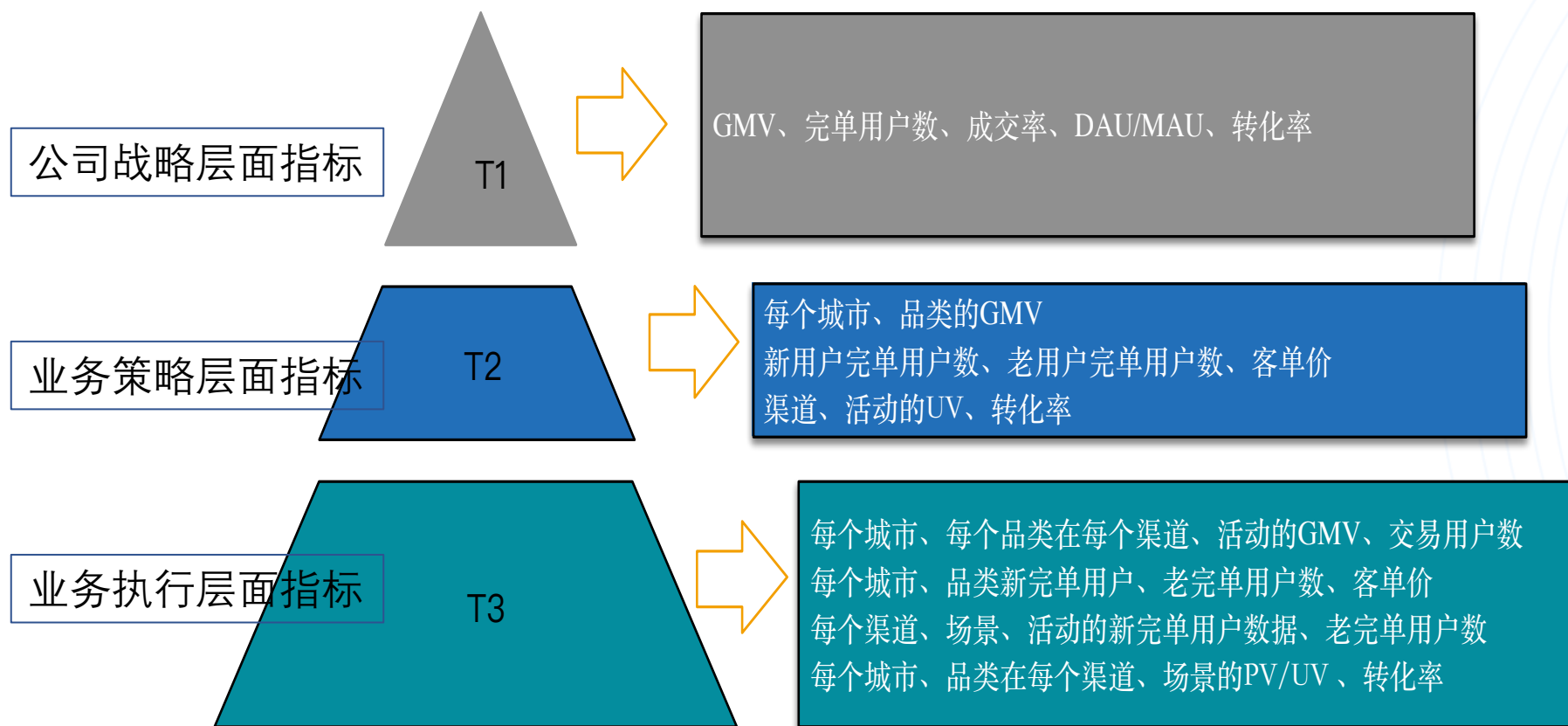




概述-指标体系搭建目的



指标体系搭建方法-指标分级+人货场





指标体系搭建方法-OSM+AARRR

OSM模型(Obejective, Strategy, Measurement)包含业务目目标、业务策略、业务度量

AARRR海盗模型 用户拉新(Acquisition)、用户激活 (Activation)、用户留存(Retention)、商业变现(Revenue)、用户推荐(Referral)

	O 目标	S 策略	M 指标
A 获取	拉新 拉新活动、渠道推广、媒体广告 新增注册用户数、下载量、安装量、注册转化率		
A 活跃	提高使用产品频次 活动奖励、增加产品品类、短信触达 DAU、MAU、功能点击率		
R 留存	提升留存率 优化产品功能、用户运营活动 留存率、流失率		
R 变现	完单收益 导流 客单价、活跃付费用户数		
R 推荐	拉新 分享 K因子		

指标体系管理-痛点分析&目标

业务视角

- 业务分析场景指标、维度不明确;
- 频繁的需求变更和反复迭代, 数据报表臃肿, 数据参差不齐;
- 用户分析具体业务问题找数据、核对确认数据成本较高。

统一数据出口, 明确指标集和维度集;
提升指标复用性, 场景化积累覆盖;

技术视角

- 指标定义, 指标命名混乱, 指标不唯一, 指标维护口径不一
- 指标生产, 重复建设;数据汇算成本较高;
- 指标消费, 数据出口不统一, 重复输出, 输出口径不一致;

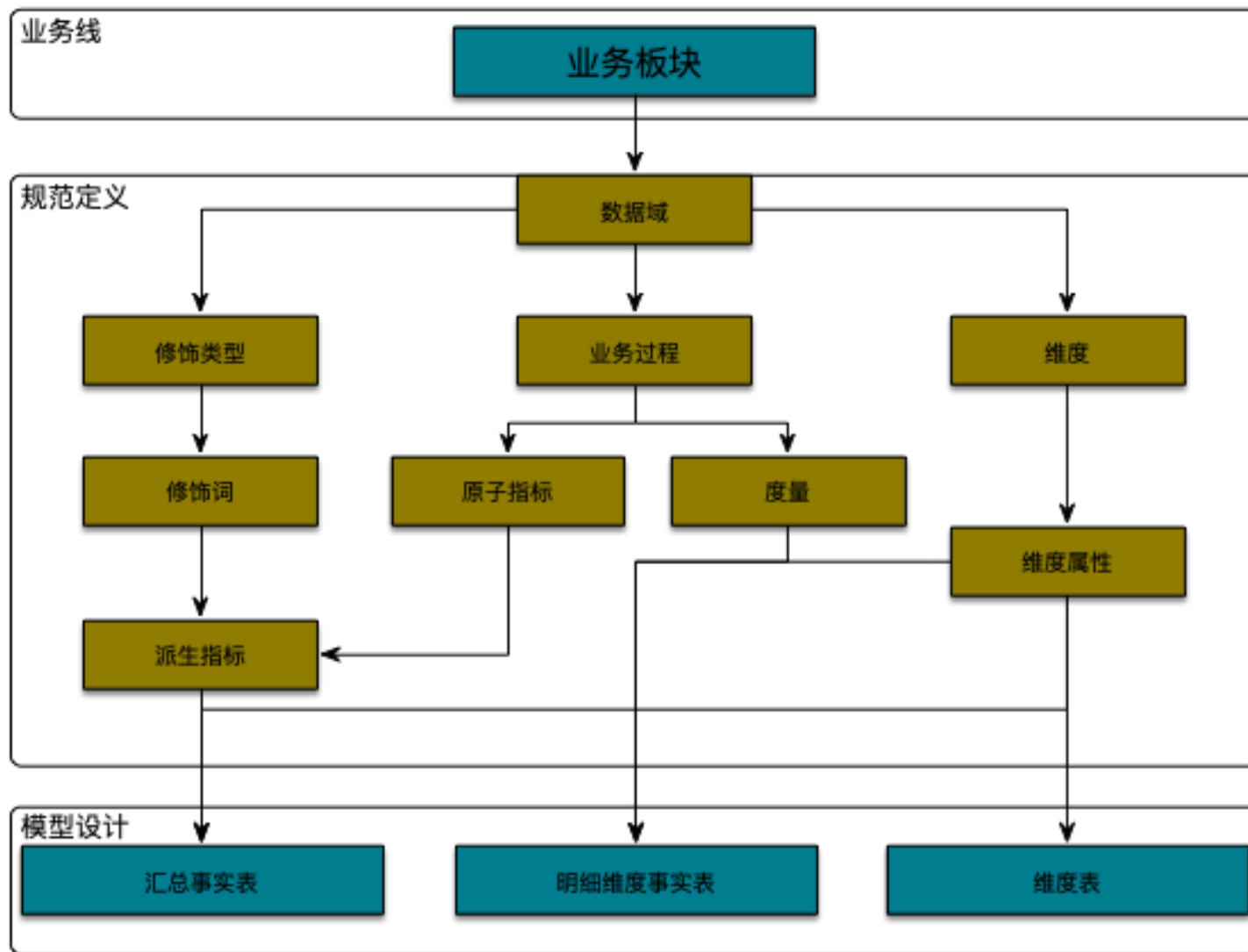
统一指标和维度管理, 指标命名、计算口径、统计来源唯一, 维度定义规范、维度值一致

产品视角

- 缺乏系统产品化支持从生产到消费数据流没有系统产品层面打通;

指标体系管理理工具产品化落地;
内容产品化落地, 支持决策、分析、运营;

指标体系管理-模型架构



业务板块

业务逻辑层面进行抽象、物理组织架构层面进行细分；层级最多进行三级分拆；目前包含四轮车、两轮车

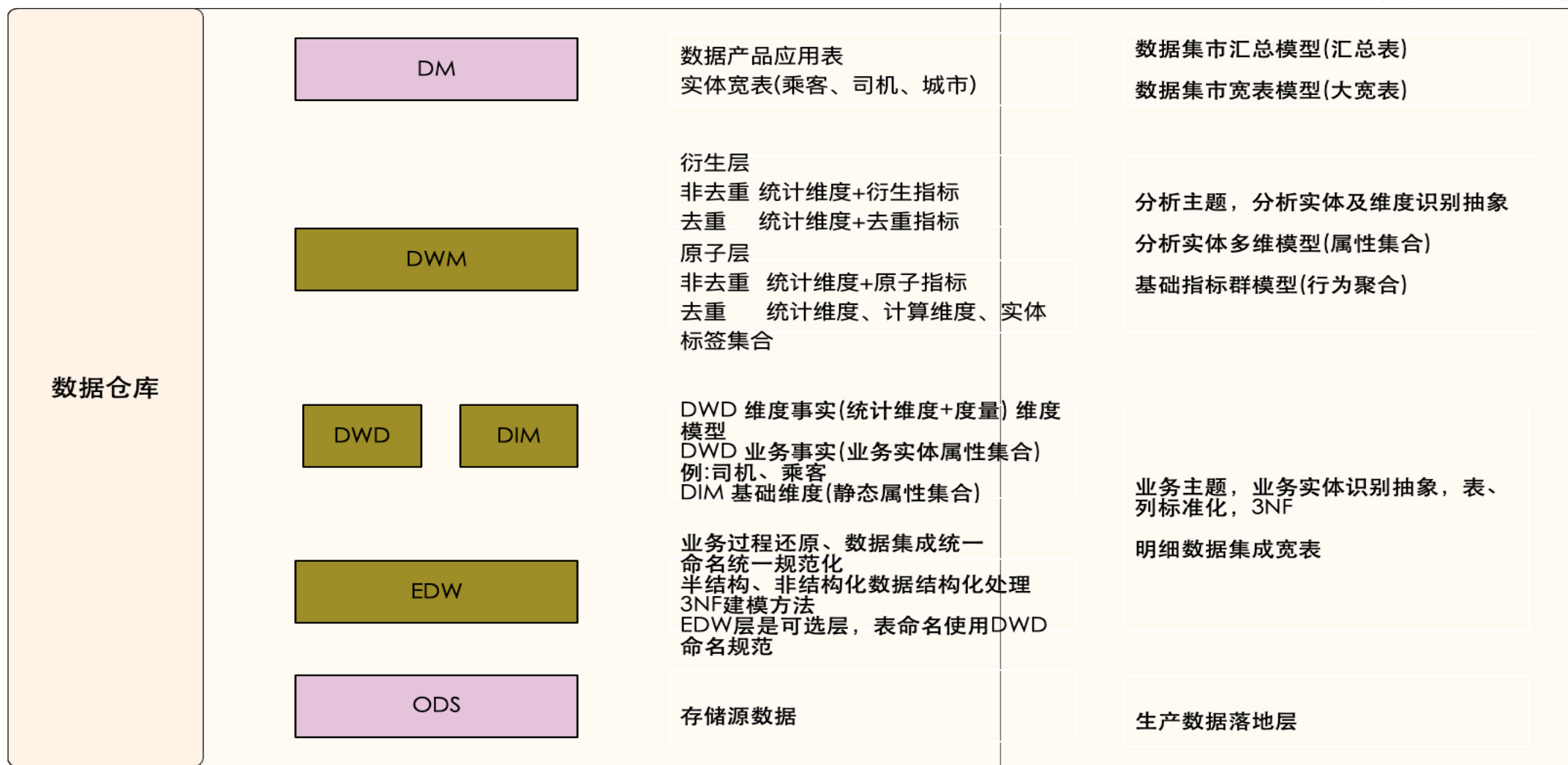
数据域

数据域指面向业务分析，将业务过程或者维度进行抽象的集合。其中，业务过程可以概括为一个个不拆分的行为事件，在业务过程之下，可以定义指标；维度，是度量的环境，如乘客呼单事件，呼单类型是维度。为了保障整个体系的生命力，数据域是需要抽象提炼，并且长期维护更新的，变动需执行变更流程。目前包含的数据域：乘客、司机、财务、营销活动、客服&体验、安全、流量、外部数据、公共、交易

模型层级

数据引入层(ODS)、数据明细层(DWD/DIM)、数据汇总层(DWM)、数据集市层(DM)、数据应用层(APP)

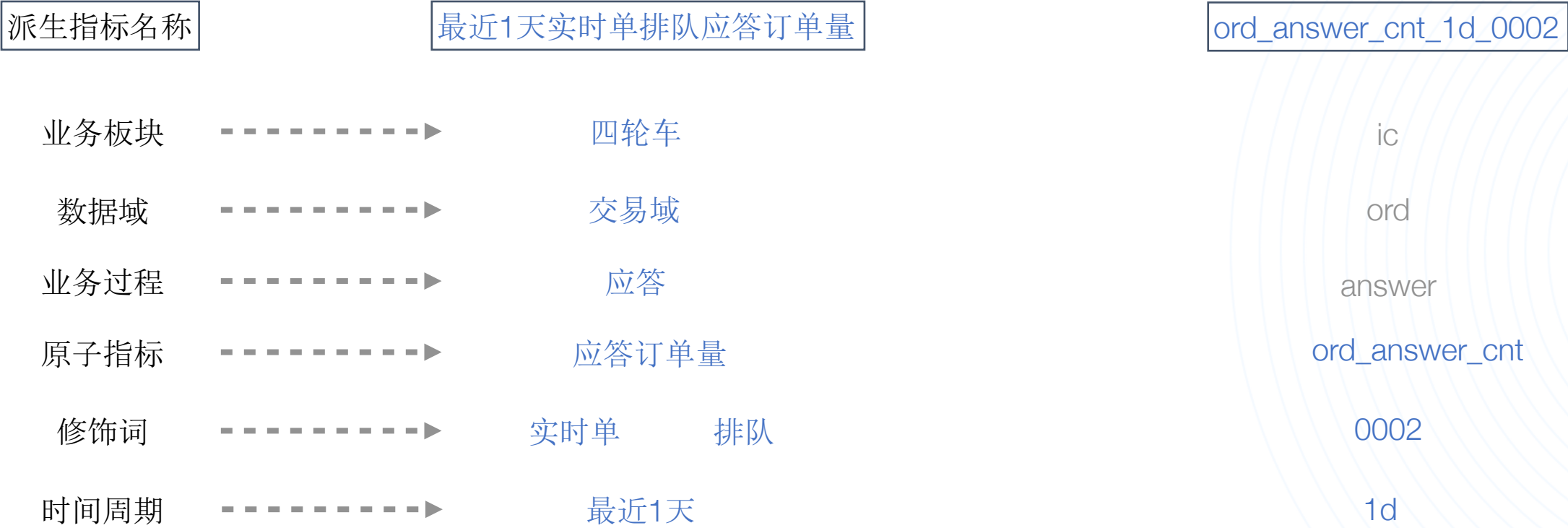
指标体系管理-模型架构





指标体系管理-指标规范定义设计实例

派生指标中文名称=时间周期+修饰词集合+原子指标 派生指标字段名称=原子指标+时间周期+四位自动增长ID

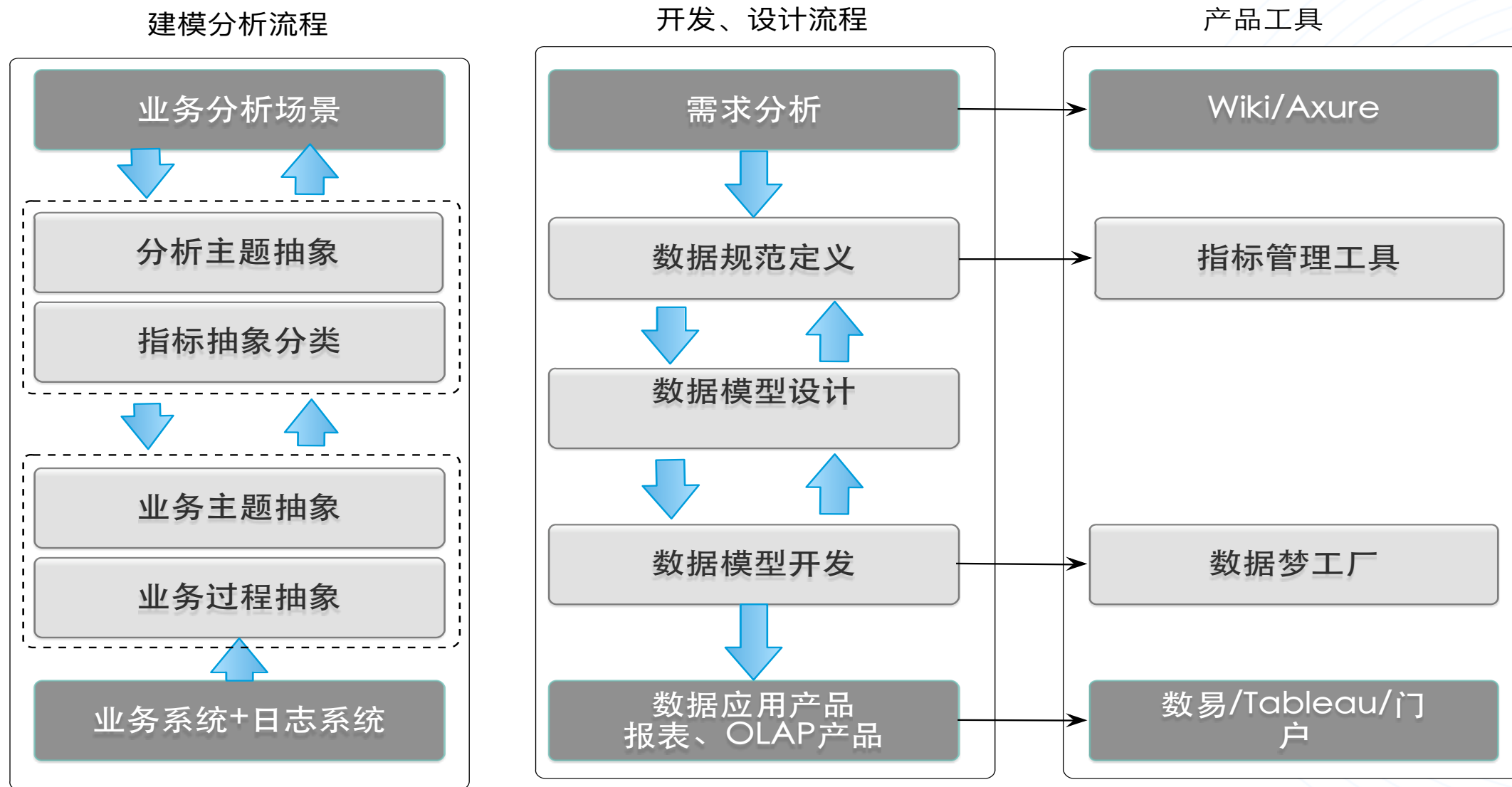




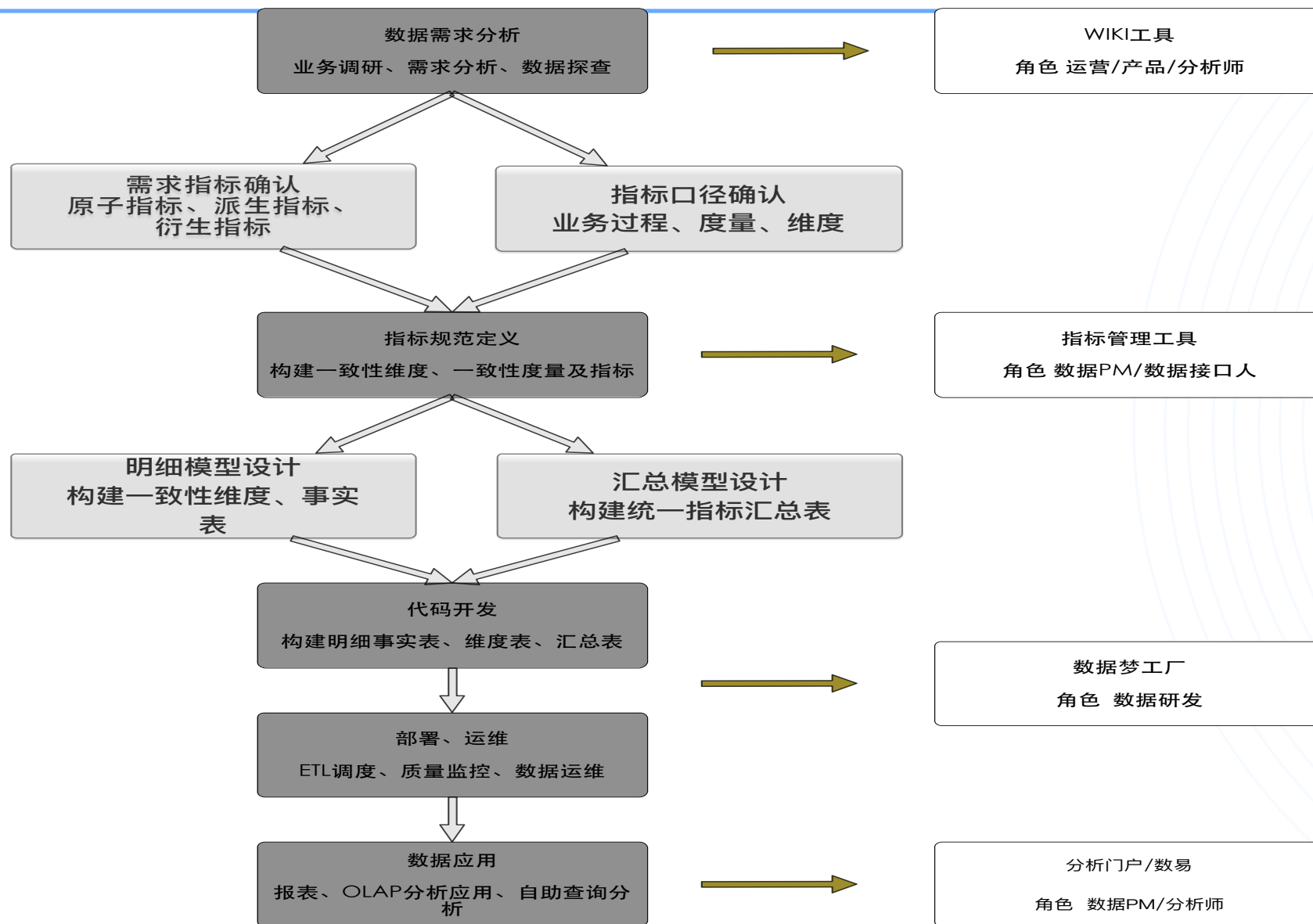
指标体系管理-元数据管理



指标体系管理-流程管理

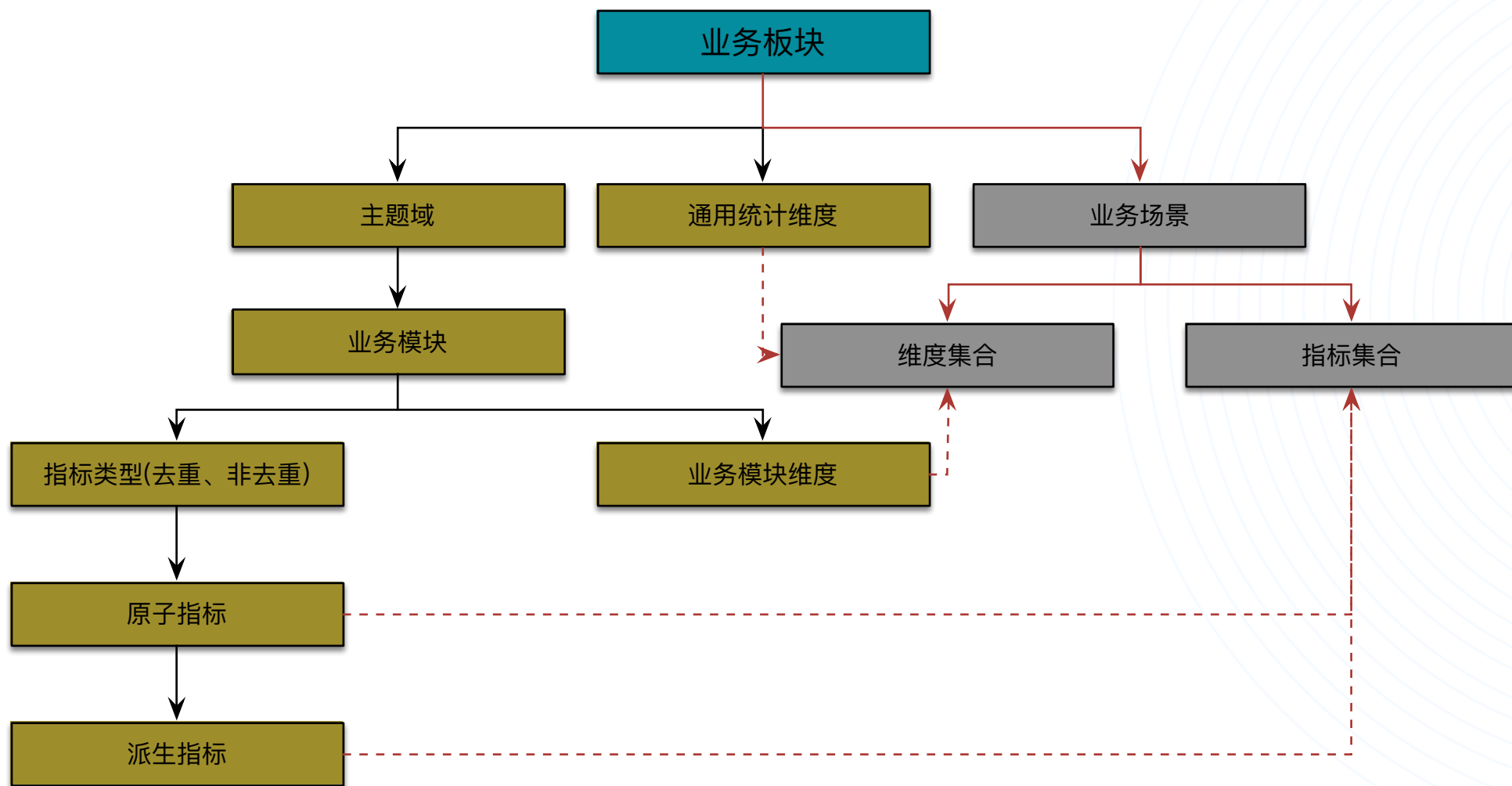


指标体系管理-流程管理

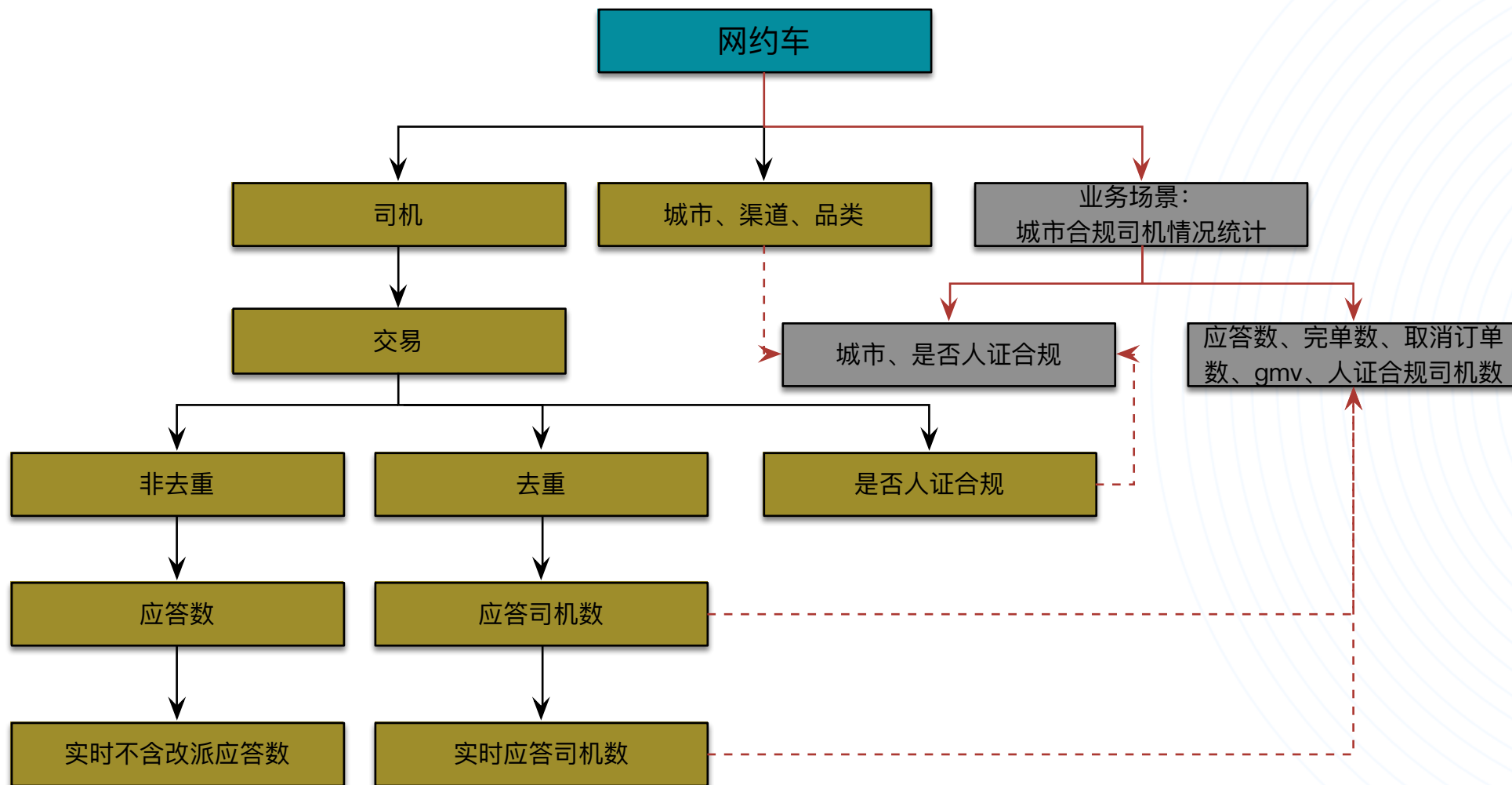


指标体系管理-指标体系图谱

用户：用户能够**快速定位**所需指标和维度，同时通过**业务场景化沉淀**指标体系，能够**快速触达**用户数据诉求
研发：利于后续指标生产模型设计、数据内容边界化、数据体系建 设迭代量化和数据资产的落地



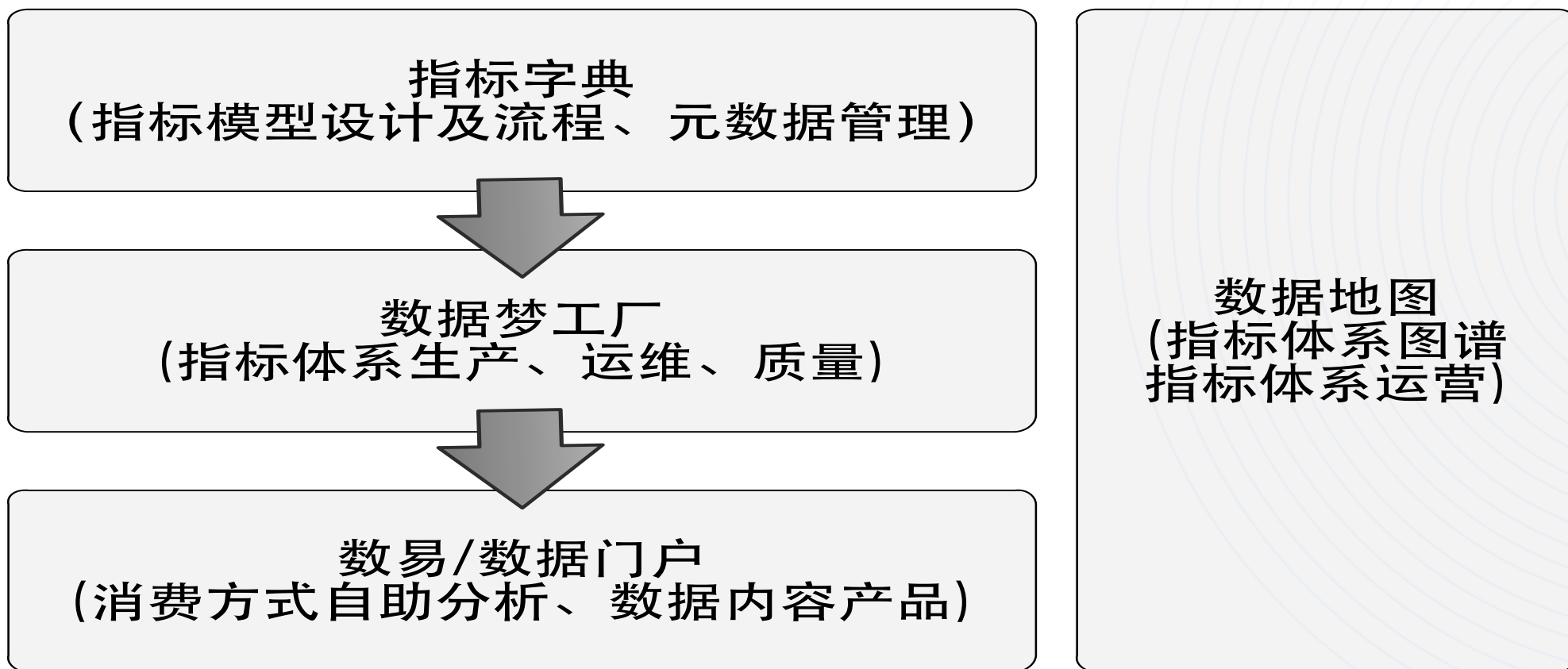
指标体系管理-指标体系图谱



指标体系产品化

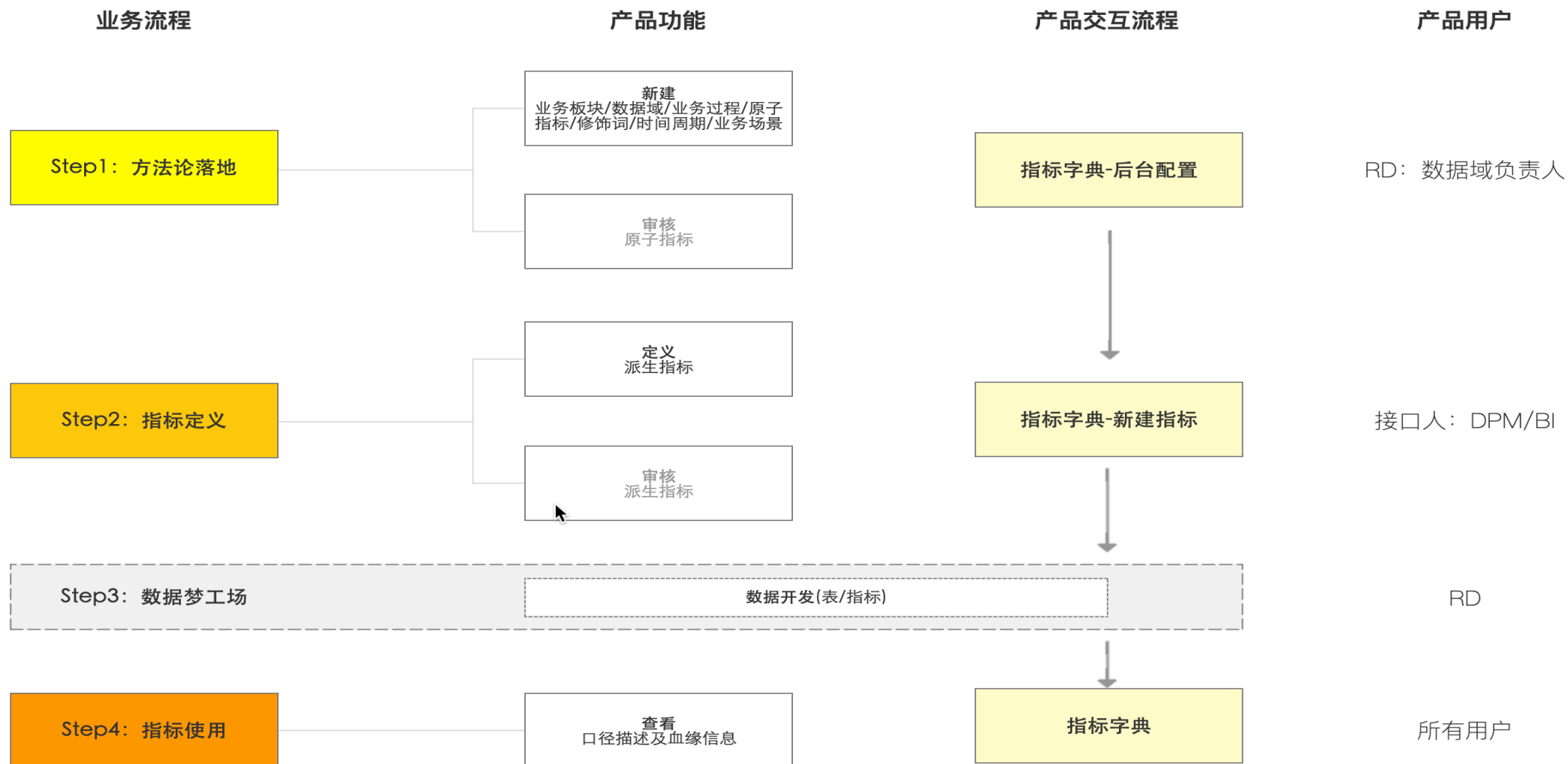
产品的定位及价值：支撑指标管理规范从方法到落地的工具，**自动生成规范指标**，解决指标名称混乱、指标不唯一的问题，**消除数据的二义性**；统一对外提供标准的指标口径和元数据信息。

建设核心原则：轻标准、重场景，从管控式到服务式。



指标体系产品化

指标字典产品流程设计 (方法论->定义->生产->消费)





THANK YOU !

曹雷