

中国整形美容协会标准化工作委员会

中整协标委发【2020】第16号

中国整形美容协会 关于《医美互联网运营师职业技能要求》团体标准 征求意见的通知

协会标委会委员、各相关单位：

中国整形美容协会《医美互联网运营师职业技能要求》团体标准进入征求意见阶段。根据《中国整形美容协会团体标准管理办法》的要求，为保证该团体标准的科学性、实用性及可操作性，现公开征求意见。

请协会标委会委员及各相关单位认真审阅该标准文本，并对其提出宝贵意见或建议，于2020年12月19日前将《征求意见反馈表》以电子邮件、信件的方式反馈给我们，逾期未回复的将按无异议处理。

联系人：古梅 13701370864、黄超 13240455438

地址：北京市海淀区复兴路69号

电子邮箱：zzxbwh@163.com

附件：1. 中国整形美容协会《医美互联网运营师职业技能要求》团体标准（征求意见稿）

2. 征求意见反馈



中国整形美容协会标委会办公室

2020年11月19日印

校对：黄超

ICS 号:

中国标准文献分类号:

团 体 标 准

标准号:

医美互联网运营师职业技能要求

Professional skills requirements for internet operator medical
aesthetics

(征求意见稿)

2020-00-00 发布

2020-00-00 实施

中国整形美容协会 发布

目 录

前 言	1
1 范围	2
2 规范性引用文件.....	2
3 术语和定义.....	2
4 职业概况.....	2
4.1 职业技能等级.....	3
4.2 职业环境条件.....	3
4.3 职业技能鉴定要求.....	3
5 基本要求.....	5
5.1 职业道德.....	5
5.2 职业能力特征.....	5
5.3 普通受教育程度.....	6
5.4 基础知识.....	6
6 工作要求.....	7
6.1 通用要求.....	7
6.2 初级	8
6.3 中级	11

6.4 高级	15
7 权重表	18
7.1 初级医美互联网运营师	18
7.2 中级、高级医美互联网运营师	20

前 言

本文件按照 GB/T1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国整形美容协会标准化工作委员会提出并归口。

本文件起草单位：美团大学美业学院。

本文件参编单位：艾尔建美学、联合丽格集团、美莱集团、艺星集团、北京医疗美容争议研究与调解中心。

本文件主要起草人：李陈琦、李春美、潘焕友、方强、沈青。

医美互联网运营师职业技能要求

1 范围

本文件规定了医美互联网运营师的职业概况、基本要求、工作要求和权重分配等要求。

本文件适用于医美互联网运营从业人员，其他相关领域的从业人员参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本(包括所有的修改)适用于本文件。

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 医美互联网运营 Aesthetic Medicine Internet Operation

通过互联网络平台实现医疗美容门店的产品与服务展示，通过结合网络技术、平台规则、门店管理工具、营销手段等实现线上、线下整体经营收入的增长，并且提升品牌或门店的管理效率。

4 职业概况

4.1 职业技能等级

本职业共设三个等级，分别为：初级、中级、高级。

4.2 职业环境条件

室内场所。

4.3 职业技能鉴定要求

4.3.1 初级医美互联网运营师申报条件

具备以下条件之一者，可申报初级医美互联网运营师：

- a) 累计从事本职业工作 1 年（含）以上；
- b) 具有大学专科及以上学历，累计从事本职业工作 0.5 年（含）以上；
- c) 对于跨行业或本行业转岗申报者，需具有大学专科及以上学历，累计从事相关行业或营销相关岗位工作 1 年（含）以上。

4.3.2 中级医美互联网运营师申报条件

具备以下条件之一者，可申报中级医美互联网运营师：

- a) 通过初级医美互联网运营师认证，且从事本职业工作 1 年（含）以上；
- b) 具有大学本科及以上学历，累计从事本职业工作 2 年（含）以上。

4.3.3 高级医美互联网运营师申报条件

具备以下条件之一者，可申报高级医美互联网运营师：

- a) 通过中级医美互联网运营师认证，且从事本职业工作 3 年（含）以上；
- b) 具有大学本科及以上学历，累计从事本职业工作 5 年（含）以上。

4.3.4 鉴定方式

分为理论知识考试、技能考核以及综合评审。

- a) 理论知识考试以笔试、机考等方式为主，主要考核从业人员从事本职业应掌握的基本要求和相关知识要求。
- b) 技能考核主要采用现场操作、模拟操作等方式进行，主要考核从业人员从事本职业应具备的技能水平。
- c) 综合评审主要针对中级和高级，通常采取审阅申报材料、答辩等方式进行全面评议和审查。

4.3.5 合格判据

理论知识考试、技能考核和综合评审均实行百分制，成绩皆达60分（含）以上者为合格。

4.3.6 监考人员、考评人员、综合考评人员与考生配比

理论知识考试中的监考人员与考生配比不低于1:15，且每个考场不少于2名监考人员；技能考核监考人员与考生配比不低于1:5，且考评人员为3人（含）以上单数；综合评审委员为3人（含）以上单数。

4.3.7 鉴定时间

理论知识考试时间不少于40分钟；技能考核时间不少于60分钟；综合评审时间不少于30分钟

4.3.8 鉴定场所设备

各类鉴定场所要求如下：

- a) 理论知识考试在标准教室进行或线上考试系统进行；
- b) 技能考核在具有必要的电脑及相关工作软件的实操场所进行；
- c) 综合评审考核在标准教室进行或线上考试系统进行。

5 基本要求

5.1 职业道德

应满足下列要求：

- a) 遵守国家法律法规，遵守社会公德。
- b) 保护客户隐私，未经客户同意，不应泄露其相关资料。
- c) 尊重客户，具有较强的服务意识和责任意识，真情待人。
- d) 心系客户，为客户着想，满足客户合理需求。
- e) 尊重民族习惯、地方风俗和所在地居民公约。

5.2 职业能力特征

应满足下列要求：

- a) 具有良好的倾听和表达能力，能够正确理解客户需求；

- b) 具有较强的服务意识，善于沟通与协调；
- c) 具备良好的审美能力，以美学的角度来修饰缺点及展现优点。

5.3 普通受教育程度

大学专科毕业及以上（或同等学历）。

5.4 基础知识

5.4.1 计算机与网络应用知识

包括：

- a) 计算机硬件基本组成；
- b) 计算机常用软件使用知识；
- c) 计算机操作系统应用基础知识；
- d) 数据处理基础知识；
- e) 互联网应用基础知识。

5.4.2 医疗美容行业基础知识

包括：

- a) 美容行业企业认知；
- b) 美容医学基础知识；
- c) 美容化学基础知识；
- d) 综合医学美容专业知识。

5.4.3 医疗美容仪器基础知识

包括：

- a) 美容仪器基础知识；
- b) 声光电美容仪器应用知识。

5.4.4 网络营销基础知识

包括：

- a) 网络营销的主要方法；
- b) 网络商务信息的收集与整理；
- c) 市场营销与消费者行为及心理学基础知识。

5.4.5 财务管理与统计学基础知识

包括：

- a) 成本费用管理，含成本预算、成本决策、成本计划等；
- b) 营运资金管理（资金生产效率管理）；
- c) 基础统计学的任务和统计方法。

5.4.6 商务沟通基础知识及基本技能

包括：

- a) 商务沟通的特点及技巧；
- b) 语言及非语言沟通基本方法；
- c) 商务谈判需要具备的观察、决断、应变等能力。

6 工作要求

6.1 通用要求

本标准对初级、中级、高级医美互联网运营师的技能要求和相关知识要求依次递进，高级别涵盖低级别的要求。

6.2 初级

初级医美互联网运营师工作要求见表1。

表1 初级医美互联网运营师工作要求

职业能力	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 专业知识	1.1 行业背景了解	1.1.1 能够完成基础的行业调查与分析工作 1.1.2 能够参与并配合完成市场调研项目 1.1.3 能够结合生物学及仪器类知识用文字清晰的表达医美项目	1.1.1 医疗美容行业发展史 1.1.2 基本的皮肤解剖学、组织学、皮肤生理知识等 1.1.3 基本的光电知识以及相关的仪器 1.1.4 医美行业基本项目组成，含补水类、美白类、抗衰类等
	1.2 岗位职责了解	1.2.1 能够简单阐述互联网发展史及相关标杆企业的介绍 1.2.2 能够清晰阐述各平台基础运营规则	1.2.1 互联网发展史 1.2.2 互联网基础知识 1.2.3 医美互联网运营岗位能力特征

		1.2.3 能够清晰的描述运营岗位基本职责、工作标准、内容和达到岗位所具备的能力	
2. 基础运营能力	2.1 品牌运营	<p>2.1.1 能够在指导下完成市场、行业、消费者洞察分析</p> <p>2.1.2 能够在指导下完成品牌营销策略，确定品牌目标，提炼品牌定位</p> <p>2.1.3 能够在指导下熟练运用相关工具（商户通、微信等）达成品牌展示目标</p>	<p>2.1.1 用户画像框架</p> <p>2.1.2 品牌营销模式及用户分布</p> <p>2.1.3 线上营销工具基础知识</p>
	2.2 品项及活动运营	<p>2.2.1 通过了解医美品项的基本原理、服务流程、达成效果，可以完成品项的基本包装</p> <p>2.2.2 能够在指导下完成有一定影响力的营销产品或营销活动</p> <p>2.2.3 关注营销产品动态，深入理解营销目标，结合数据独立完成方案输出和落实</p>	<p>2.2.1 医美线上商品设计基础知识</p> <p>2.2.2 线上活动营销设计基础步骤</p>
	2.3 市场投放	2.3.1 通过了解媒介环境和媒介渠道的特点，能够在指导下制定媒介	2.3.1 广告产品定义及衍生关系

		<p>投放方案。</p> <p>2.3.2 根据传播目标等关键输入，在指导下制定投放目标，细化媒介投放动作</p> <p>2.3.3 能够在指导下熟练运用相关工具（推广通等）达成品牌展示目标</p>	2.3.2 线上营销（投放）工具基础知识
	2.4 数据分析	<p>2.4.1 数据基础管理：含生产质量、SLA、资源使用效率、安全性指标了解</p> <p>2.4.2 能在指导下搭建营销指标及效果评估框架，能迅速发现、判断并解决数据问题</p> <p>2.4.3 使用基础的数据指标体系对工作进行深入的分析 and 全面复盘</p>	<p>2.4.1 数据指标范围及定义</p> <p>2.4.2 营销数据分析基础方法</p>
3. 客户服务能力	3.1 客户服务	<p>3.1.1 能够初步的描述会员管理工具（Saas）的互联网特征、交付模式、运营方法等</p> <p>3.1.2 能够在指导下搭建安全性、满意度等用户体验指标</p>	<p>3.1.1 用户生命周期特点</p> <p>3.1.2 用户分层基本方法</p>
	3.2 会员管理	3.2.1 能在指导下根据新增注册用户数，消费转化用户数、用户平均	3.2.1 会员体系基础结构

		收入（ARPU）、各个环节转化率、留存率、活跃率，召回率等数据搭建会员基础数据 3.2.2 能在指导下建立用户会员成长体系，并可以策划落地线上线下会员活动	3.2.2 会员基础数据监测结构
--	--	--	------------------

6.3 中级

中级医美互联网运营师工作要求见表2。

表2 中级医美互联网运营师工作要求

职业能力	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 运营能力	1.1 品牌运营	1.1.1 熟悉客户洞察的方法论体系，能够根据总体业务目标和营销目标，独立制定消费者洞察方案并深入的完成洞察工作，对营销策略和动作起到明确的指导作用 1.1.2 熟悉品牌策略制定的方法论体系，能独立完成品牌营销策略，确定品牌目标，提炼品牌定位 1.1.3 熟悉创意产出的方法论体	1.1.1 消费者行为学与研究方法 1.1.2 品牌传播学的理论架构 1.1.3 创意思维方法

		系，能独立完成所有整合营销所需的创意产出，并引发消费者喜爱和传播	
1.2 品 项及活 动运营	1.2.1 可以独立完成医美品项的产品优势提炼，通过品项包装及展示拿到营销结果 1.2.2 能够独立完成有一定影响力的营销产品或营销活动，能引发C端的共鸣，最终提升项目的市场渗透及转化率 1.2.3 能与团队配合整合资源，设计和打造出有影响力的营销产品或IP	1.2.1 手术类医疗美容品项分类 1.2.2 非手术类医疗美容品项分类 1.2.3 个人护理类品项分类	
1.3 市 场投放	1.3.1 能独立制定整合媒介投放策略，完成媒介投放KPI，跟踪评估媒介效果并不断迭代媒介打法 1.3.2 根据传播目标等关键输入，独立制定投放目标，细化媒介投放动作 1.3.3 能够熟练运用相关工具（推广通等），并能阶段性的沉淀推广方法论	1.3.1 传播学的理论观点（社会、心理、政治、新闻等学科的运用） 1.3.2 媒介广告投放策略及基础原则	

	1.4 数据分析	<p>1.4.1 对复杂的数据工具及分析应用进行独立设计，完成系统落地的闭环，并能结构化呈现复杂数据产品设计逻辑</p> <p>1.4.2 掌握营销数据分析方法，能独立搭建营销指标及效果评估框架，能迅速发现、判断并解决数据问题</p> <p>1.4.3 能独立建立数据评估/用研评估体系，能够对数据产品的质量、效果进行基本的定性定量评估</p>	<p>1.4.1 数据可视化（偏审查业务数据和趋势报告方向）</p> <p>1.4.2 产品指标体系搭建基础方法（GSM 指标确定法等）</p>
2. 客户服务能力	2.1 客户服务	<p>2.1.1 能够熟练的提炼会员管理工具（Saas）的运营方法，可独立设计复杂场景应用及业务流程串联</p> <p>2.1.2 能够独立搭建安全性、满意度等用户体验指标</p>	<p>2.2.1 全渠道会员管理路径</p> <p>2.2.2 生命周期会员激活路径</p>
	2.2 会员管理	<p>2.2.1 能独立根据新增注册用户数，消费转化用户数、用户平均收入（ARPU）、各个环节转化率、留存率、活跃率，召回率等数据搭建会员基础数据</p>	

		2.2.2 充分并准确的理解运营目标，理解目标用户，形成关键策略拆解，并熟练使用适合的运营方法获得预期结果	
3. 管理能力	3.1 领导力	<p>3.1.1 能够独立负责中型项目的实施和运作，清楚了解项目的关键因素，在现实情况和有限条件下做好任务分解和进度安排</p> <p>3.1.2 能够把岗位的工作心得或案例沉淀总结并输出成果，形成可复制的经验与模式，提升工作效率</p> <p>3.1.3 具备人才培养的意识，能够辅导 1-2 个初级员工，进行随时辅导，帮助改进工作效率，提升能力发展</p>	<p>3.1.1 领导力角色定位</p> <p>3.1.2 管理能力主要素质构成</p> <p>3.1.3 管理思维：金字塔原理</p>
	3.2 行业影响力	<p>3.2.1 能独立完成行业客户洞察及不定期了解行业发展趋势</p> <p>3.2.2 能够策划、组织、推动跨平台工作相关的交流和研讨，建立信息共享平台</p>	<p>3.2.1 战略管理的过程</p> <p>3.2.2 战略分析法</p>

6.4 高级

高级医美互联网运营师工作要求见表3。

表3 高级医美互联网运营师工作要求

职业能力	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 运营洞察能力	1.1 品牌运营	<p>1.1.1 对于合作伙伴所处的行业有深刻了解，包括行业趋势，商业模式及行业内的相关关键人物能够输出有价值的洞察</p> <p>1.1.2 洞悉品牌营销环境的发展趋势，能输出完整的方法论，在行业内具有较高影响力</p> <p>1.1.3 洞悉创意产出环境的发展趋势，能输出完整的方法论，且能够带领团队不断取得创意上的迭代和突破</p>	<p>1.1.1 行业产业链关系认知</p> <p>1.1.2 品牌传播战略基础</p> <p>1.1.3 品牌战略的5大种类</p>
	1.2 品项及活动运营	<p>1.2.1 理解产业格局，对医美行业的技术变化有一定的预见能力，能根据行业变化调整优化品项体系</p> <p>1.2.2 熟悉品牌策略制定的方法论体系，确定品牌的目标和定位，制定</p>	<p>1.2.1 消费心理学</p> <p>1.2.2 品牌策略的核心分类方法</p>

		年度和战役的整合营销方案	
	1.3 市场投放	<p>1.3.1 对公司业务目标和产品定位有深入理解，剖析行业趋势，带领团队完成行业资源整合，完成营销目标</p> <p>1.3.2 洞悉媒介环境的发展趋势，能输出完整的方法论，能够带领团队在媒介触达领域不断取得迭代或突破</p>	1.3.1 市场营销学 - 识别、分析评价、选择和利用市场机会
	1.4 数据分析	<p>1.4.1 驱动业务横向数据价值增值，对前沿数据领域科技应用关注并理解</p> <p>1.4.2 能站在行业视角进行数据产品（矩阵）架构设计</p>	<p>1.4.1 数据建模</p> <p>1.4.2 大数据处理思维结构</p> <p>1.4.3 机器学习思维结构</p>
2. 客户服务能力	2.1 客户服务	<p>2.1.1 具备科学的用户分层运营能力，从对个体的运营转为对群体的分层运营</p> <p>2.1.2 需要全方位的通过品牌、营销、服务流程等进行更加完善的策略及路径制定来达成顾客忠诚度目标，并且能够拿到目标结果</p>	2.1.1 顾客忠诚和顾客忠诚度管理

	2.2 会员管理	<p>2.2.1 能宏观的建立会员管理体系，能综合达成会员满意度及复购的提升，最终完成交易增长、用户拉新、服务能力提升等目标</p> <p>2.2.2 具备行业意识，熟悉业界先进标杆做法和经验，并借鉴和运用到自身实践中</p>	2.2.1 会员营销基本原理与特征
3. 管理能力	3.1 领导力	<p>3.1.1 能整合内外部的重要资源，发挥协同效应，实现项目目标</p> <p>3.1.2 通过跨行业、跨公司、跨专业领域的知识分享与传播，推动专业进步与技术提升</p> <p>3.1.3 在团队建设方面有丰富的成功实践，能够采取多种手段识别人才，采取多种方式培养人才，发挥团队成员的潜能</p> <p>3.1.4 通过查看财务报表能清晰的对利润、成本等数据进行有效解析</p>	<p>3.1.1 企业战略管理</p> <p>3.1.2 领导梯队模型与领导力发展</p> <p>3.1.3 财务基础知识</p>
	3.2 行业影响力	3.2.1 在方法论、工具研究与开发上不断突破，引发相关专业领域的变革，为公司相关专业领域的提升起	3.2.1 Online to Offline 模式及演化趋势

	到巨大、可持续、不可替代的作用 3.2.2 了解行业新的变化趋势，熟悉各类玩家策略，通过合理逻辑和分析，捕捉新的机会点，持续迭代战术和发展路径	3.2.2 行业变革要素
--	--	--------------

7 权重表

7.1 初级医美互联网运营师

7.1.1 理论知识权重表

初级医美互联网运营师理论知识权重分配见表4。

表4 初级医美互联网运营师理论知识权重分配

项目		技能等级
		初级 %
基本要求	职业道德	5
	基础知识	5
相关知识要求	行业背景了解	5
	岗位职责了解	10
	品牌运营	10
	品项及活动运营	15

	市场投放	15
	数据分析	15
	顾客服务	10
	会员管理	10
合计		100

7.1.2 技能权重表

初级医美互联网运营师技能权重分配见表5。

表5 初级医美互联网运营师技能权重分配

技能要求		技能等级
		初级 %
	行业背景了解	5
	岗位职责了解	5
	品牌运营	10
	品项及活动运营	20
	市场投放	20
	数据分析	15
	顾客服务	10
	会员管理	15
合计		100

7.2 中级、高级医美互联网运营师

7.2.1 理论知识权重表

中级、高级医美互联网运营师理论知识权重分配见表6。

表6 中级、高级医美互联网运营师理论知识权重分配

项目		技能等级	
		中级 %	高级 %
基本要求	职业道德	5	5
	基础知识	5	5
相关知识要求	品牌运营	10	10
	品项及活动运营	15	5
	市场投放	10	10
	数据分析	10	15
	顾客服务	10	5
	会员管理	15	10
	领导力	10	15
	行业影响力	10	20
合计		100	100

7.2.2 技能权重表

中级、高级医美互联网运营师技能权重分配见表7。

表7 中级、高级医美互联网运营师技能权重分配

项目		技能等级	
		中级 %	高级 %
技能 要求	品牌运营	10	15
	品项及活动 运营	5	5
	市场投放	15	10
	数据分析	20	10
	顾客服务	15	10
	会员管理	15	15
	领导力	10	15
	行业影响力	10	20
合计		100	100

