

探讨现代基层卷烟营销队伍的建设以及管理

田洪璘

(四川省烟草公司凉山州公司冕宁分公司 四川 凉山 615699)

【摘要】随着经济的不断发展,我国卷烟商业企业迎来了新的挑战和机遇,现代化的发展形势之下对卷烟商业企业提出了更高的标准和要求。想要迎合市场的发展且想在激烈的竞争过程中稳定发展地位,卷烟商业企业必须加强基层检验营销队伍的建设,促进营销队伍建设转型。本文针对现代基层卷烟营销队伍建设以及管理展开探究,详细分析了现阶段基层卷烟营销队伍建设以及管理存在的问题并提出合理化的建设策略,以期能够为未来我国卷烟商业企业的发展贡献力量。

【关键词】基层卷烟营销;队伍建设

引言

随着我国经济现代化的发展,人们的生活水平不断提升烟草商业企业由于幸福特殊为我国创造了大量的经济收益和就业机会,但是随着市场的不断发展商业企业也面临着巨大的生存压力。专营专卖的许可制度制约了烟草商品销售水平的提升,因此要想保证我国烟草行业的健康可持续发展就必须及早进行营销管理,打造高水平的基层检验营销队伍,为烟草企业的未来发展奠定好基础。

一、现代基层卷烟营销队伍的建设的重要性

(一) 促进卷烟营销市场化的改革

在新形势的背景之下加强基层血液营销队伍的建设以及管理,能够加快促进卷烟营销市场化的改革步伐。卷烟营销市场化的改革要以营销工作为中心,切实转变传统思维带来的禁锢,逐渐转变为以经营为指导的思想理念,为未来烟草企业的发展奠定良好的基础。现代基层全员营销队伍的建设能够从人力资源的角度转变营销理念,培训基层管理人员树立先进的发展意识,提升服务理念。在进行营销工作时面向客户、面向品牌,以客户的需求为核心逐步完善工作内容和工作流程,提升客户供需匹配水平和品牌培育水平,能够有效地提升现代烟草企业的发展步伐^[1]。

(二) 促进卷烟营销方式的转型

目前我国烟草企业的主要的工作内容是完成上级下发的任务,但是由于现阶段目标任务压力过大,部分地方没有严格规范营销工作,导致出现一些问题。推动现代基层学员营销队伍建设能够规范营销工作,使会议人员和工作人员树立起正确的营销意

识,坚持始终以消费者为中心的理念,将营销工作的中心逐渐转移到消费环节,能够更加满足消费者的需求尊重消费者的选择。从根本上转变自上而下的工作流程,建立起自下而上以消费需求为导向的营销工作流程,更加符合市场的发展需要。

(三) 促进卷烟营销队伍转型

在新形势发展之下,我国宏观经济下行压力不断增大,国家也出台了相关政策进行干预,卷烟市场的发展逐渐回归理性。卷烟销售线上模式和线下模式逐渐融合成为发展趋势,本烟销售逐渐开始运用全新的零售技术,支付方式也在发生改变,因此卷烟销售逐渐向经济化方向发展。而现代卷烟营销工作转型的关键因素是基层卷烟营销队伍,因此加强现代基层全员营销队伍建设以及管理能够主动适应市场发展变化,探索出全新的营销发展战略,新营销方法不断提升营销工作效率,促进卷烟营销队伍的转型,更好地为我国烟草企业的发展贡献力量^[2]。

(四) 打击违法销售行为

烟草行业专卖专营的制度具有一定的特殊性,当前到销售、假烟的行为悄然兴起,形成了违法的销售网络,导致国家税收大量流失,同时也为消费者带来一定的影响。因此加强现代基层全员营销队伍的建设能够有效打击是假售假网络力度,规范卷烟市场秩序,维护国家利益和消费者的利益。

二、现代基层卷烟营销队伍的建设现状及存在的问题

(一) 现代基层卷烟营销队伍的建设现状

经过调查可以得知目前我国烟草行业从业人员

作者简介:田洪璘(1990.2-),女,四川省冕宁县,汉族,研究生,研究方向:卷烟营销。

总数约 52 万人，共有省级烟草专卖局 33 个，地级烟草专卖局 451 个，县级烟草专卖局（分公司或营销部）2426 个。2020 年，全国烟草行业实现工商税利总额 12803 亿元，同比增长 6.2%，上缴财政总额 12037 亿元，增长 2.3%，行业税利总额和上缴财政总额均创历史新高。2021 年 1-4 月行业工业企业累计营收 5180.1 亿元，同比增长 11%；累计利润总额 767 亿元，同比增长 17.4%，整体反映出国内烟草行业盈利水平持续向好。现在基层卷烟营销队伍主要包括各市区卷烟营销中心的管理人员和各区县营销部门的负责人员，从年龄结构上看，营销人员的年龄集中在 36 岁到 45 岁之间，从性别结构上看男性数量多于女性。从学历结构上来看，普遍受教育程度较高，大多数都是专科及以上学历。从专业结构上来看大多为经济类和管理类专业。基层卷烟营销队伍建设关系到烟草行业的长久发展，是烟草行业发展的基础，对于烟草企业的改革发展具有重要的意义^[3]。现代基层卷烟营销队伍是中国几代人由小到大逐渐建设起来的，跟烟草企业的特质、人员结构和培训体制都有一定的关系。在新时代，基层选烟营销队伍要朝向快节奏、高标准的方向发展，落实相关工作，适应新时代的发展需求。

（二）现代基层卷烟营销队伍的建设存在的问题

1. 基层卷烟营销人员缺乏团队意识

现代烟草企业的发展需要具有明确的发展战略，以先进的理念为指导，形成良好的内部发展环境，凝聚团队力量，共同为烟草企业的发展贡献力量。但是现阶段许多异常卷烟营销队伍缺乏团队意识，沟通协作能力较差。营销部门与烟草企业其他部门之间没有建立起良好的交流互动机制，因此导致信息的传递和共享都存在着阻碍，信息数据会存在一定的偏差。缺乏团队意识也会导致工作效率的降低，无法凝聚工作人员提升烟草企业的核心力量，对于现阶段烟草企业的发展战略实施产生了消极的影响^[4]。

2. 基层卷烟营销组织结构僵化

经过对我国烟草商业企业的调查可以得知，大部分烟草商业企业从省级部门一直到末端的区县级销售部门，大约存在着 4~5 层的管理层次，是典型的垂直性金字塔式的组织架构。在新形势发展背景之下，烟草商业企业随着市场的不断发展，为了更好地适应时代发展的脚步，企业内部业务工作内容、业务流程、规章制度以及各部门之间的管理协调关

系逐渐复杂，从而导致传统的管理理念和垂直的管理结构无法满足现阶段烟草商业企业的发展需要，因此也影响了烟草企业营销工作的展开。首先，由于机构的不断叠加导致烟草商业企业的管理链条相对较长，因此会一定程度上导致信息传递沟通不畅，影响了工作效率的提升。其次，过于僵化的基层卷烟营销组织结构在信息处理方面比较迟钝，无法第一时间处理问题。信息向上或向下多层的传递容易出现失真的情况。最后，基层卷烟营销组织存在着多部门多层次的特点，各个部门之间的协调也很困难，而且烟草商业企业内部管理费用逐渐增加管理水平和效率却逐渐降低^[4]。

3. 营销人才储备不足

为贯彻落实行业数字化转型发展要求，近年来烟草专卖局（公司）以“数字赋能工程”课题调研为抓手，在数字新基建、科技创新驱动、资源共享赋能方面把握机遇、深耕细作，全面推进数字烟草建设发展。我国烟草行业的人才几乎始终处于饱和状态，每年都会招收大量的工作人员。但是对于基层卷烟营销人员的招收却相对保守，招聘专业营销人才的数量较少。尤其是随着信息技术的不断发展，烟草行业对于基层营销人员的专业能力和综合素质都有了更高的要求，如果不能及时做好营销人才储备工作将会影响到烟草行业的长远发展。部分企业在发展过程当中也聘用了许多专业化的营销人才，但是烟草行业整体上对营销人员的重视程度依旧不够，忽视了培训工作的重要性，造成了烟草行业发展过程当中许多环节相互脱节的问题。

3. 营销人员素质有待提升

在现代企业发展过程中，人力资源是关键因素。企业之间的竞争逐渐转化为人才的竞争，而且烟草企业的许多工作在开展过程当中都需要专业化的知识，要想保证烟草企业健康可持续发展就必须提高营销人员的综合素质，学习专业化的知识，提升分析能力。这样的营销人员才能够对烟草营销数据进行科学的分析，能够站在整个市场的发展角度对烟草企业的发展提出合理化意见。但是根据相关数据显示现阶段我国烟草企业高素质的营销人员数量较少，特别是没有配备数字化的营销专业人才，影响了烟草企业的转型升级。另外烟草企业对于营销人员的培养也不够重视，而且烟草企业的营销人员流动性较大，这也影响了基层卷烟营销队伍的建设和管理。

三、现代基层卷烟营销队伍的建设策略

(一) 做好贴心服务

我国烟草企业的发展受到计划经济体制的影响,服务水平始终没有得到提升。因此现在基层检验营销队伍的建设需要重视营销服务水平,以客户的需求为中心,树立以人为本的服务观念,重视客户关系管理,加强与客户之间的沟通和交流,为客户提供更加贴心的服务,建立良好的关系,为我国烟草企业的发展奠定良好的基础。

(二) 做好品牌营销

现在基层卷烟营销队伍的建设也要做好品牌销售和品牌培育,随着营销市场的不断发展,品牌培育和营销工作成为各行各业都重视的问题。品牌效应和品牌附加值的提升对于烟草企业的发展具有重要的意义。现阶段我国烟草行业知名品牌数量不多,但是产品销量却占到了主要的位置。因此要做好品牌的营销工作,将品牌营销工作作为今后烟草企业建设的重要内容之一,烟草行业品牌营销工作需要基层卷烟营销队伍开大宣传,也需要零售服务的积极配合。不同的品牌制定不同的市场营销策略,根据客户的反馈意见及时进行调整。例如,对于利润较高认可程度也较高的品牌就需要加大培育力度,对于新兴的品牌要注重引起消费者的好奇心,大力宣传新产品独特的特点来吸引更多的消费者。好烟草行业的品牌效应,不仅仅只是宣传国家政策和烟草公司的销售策略,还需要积极传递品牌价值,在品牌培育工作上多下功夫,打造出更多的知名品牌为烟草行业带来更多的经济效益。

(三) 加强对营销人员专业素质的培育

提升现代基层卷烟营销队伍的水平,首先要以深入变革为导向,促进团队体系的转型,根据现阶段烟草商业企业的人力资源状况,统筹兼顾卷烟经营专卖管控和内部监督等职位的岗位需求、岗位分配和用工模式。还要以训练和教育为依托,重点提升营销人员专业能力和综合素质。做好现在基层卷烟营销队伍的建设就必须要有了一支业务能力强专业素养高的客户经理队伍,创建出全方位多层次的培训体系,针对现阶段的方针政策、市场情况、服务能力高能力等方面进行培训,提升营销人员的沟通协调能力。卷烟营销人员要积极参与职业能力评价,获取高级专业技能资质。并且要注重对基层卷烟营销队伍的思想政治建设,进一步强化卷烟营销人员的政治素养和作风培养,树立起科学的职业观和价值观。加强对基层卷烟营销人员的培训要建立起完

善的绩效考核评价体系,确定科学的绩效考核指标,细分考核评价方式,根据实际情况设置相应的奖惩机制,并且要加强对绩效考核评价结果的运用,公开绩效考核结果,认真听取双方的反馈意见,实现营销人员和烟草企业的互利共赢。在绩效考核的内容方面要分出多个档次,减少对客户经理运营指标的考评权重,提升客户满意度和营销策略等方面的评价。这样的方式能够调动营销人员工作的积极性和主动性,有利于现代基层卷烟营销队伍的建设和管理工作的展开。

(四) 实施灵活多变的营销策略

现在基层卷烟营销队伍的建设,首先,要加强卷烟商品销售工作的指导,始终将提升烟草营销数量作为销售工作的主要环节。迟早的内容不仅包括对零售商的工作指导也包括对现阶段消费市场的分析总结,还有对现阶段烟草企业实施的商品营销策略进行反思等等。我国地域辽阔,不同地区的卷烟商品和市场情况都各有不同,各地区的传统文化和生活习惯也存在着较大的差异,在烟草商品的选择上也有不同的倾向,因此烟草行业需要根据实际情况制定灵活多变的营销策略。制定和实施灵活多变的营销策略是基层卷烟营销队伍必须要具备的能力之一,也是提升营销工作水平的必要手段。具体的做法就是要结合本地区零售客户的实际情况、店铺信息、消费群体以及品牌宽度等因素精准地寻找零售客户的实际需求点,营销工作人员要制定出具有针对性的指导方案,帮助零售企业从粗放式的经营模式转化为精细化的经营模式,为转变烟草行业的发展模式贡献力量。

四、结语

综上所述,加强现代基层卷烟营销队伍的建设需要实施灵活多变的营销策略,加强对营销人员专业素质的培养,跟随市场的发展趋势做好自身的营销队伍转型工作,为烟草企业的健康发展注入更多的活力。

参考文献:

- [1]朱凌燕.数字化背景下卷烟商业企业营销队伍建设转型探索[J].产业与科技论坛,2022,21(17):210-211.
- [2]翟姝.基于营销队伍高质量发展的共享型知识资源平台构建研究[J].现代商业,2022(22):43-45.
- [3]蔡伟钊.互联网时代下烟草商业企业开展卷烟网上营销的探讨[J].现代商业,2022(18):32-35.
- [4]吴亭仔.CD市烟草公司中支卷烟营销策略优化研究[D].电子科技大学,2022.