

烟草商业企业卷烟营销市场化取向改革下的营销队伍建设

刘大伟 刘晓磊

山东临沂烟草有限公司兰山营销部 山东 临沂 276000

摘要: 烟草商业企业在卷烟市场化取向改革下面临着巨大的竞争压力和市场变革。在这一背景下,营销队伍建设成为烟草企业提升市场竞争力和实现可持续发展的关键因素。本文旨在探讨烟草商业企业卷烟营销市场化取向改革下的营销队伍建设,分析其现状和存在的问题,并提出相应的对策和建议,以促进烟草企业的发展和

关键词: 烟草商业企业; 市场化取向改革; 营销队伍

随着卷烟营销市场化取向改革的推进,烟草商业企业的营销环境发生了显著变化。一方面,市场卷烟销量下滑,市场竞争日益激烈;另一方面,烟民消费习惯逐渐改变,对卷烟品质和个性化的需求越来越高。这些变化对烟草商业企业的营销队伍建设提出了更高的要求。

1 市场化取向下的营销队伍建设的意义

1.1 提升销售效果

优秀的营销队伍能够更好地理解市场需求,准确把握消费者心理,制定更具针对性的营销策略,从而有效提高销售效果。同时,营销队伍的执行力也直接影响着销售业绩。一个具备高效执行力的营销团队,能够将企业的营销战略转化为实际的销售行动,从而实现销售目标。

1.2 优化市场分析

市场分析是营销队伍建设中的重要环节。通过专业的市场分析,营销队伍可以更加了解市场趋势、竞争对手以及目标客户,从而优化营销策略,提高市场竞争力。同时,市场分析还可以帮助企业及时调整产品定位和销售策略,进一步提升销售效率。

1.3 增强品牌形象

品牌形象是决定营销队伍成败的关键。一个优秀的品牌形象可以提升客户对企业的信任感和忠诚度,加强品牌知名度。营销队伍需要深入了解目标客户的需求和喜好,针对性地打造品牌形象,提升品牌价值。这不仅可以吸引更多的新客户,还能留住老客户,降低客户流失率。

1.4 提升服务质量 提高客户满意度

服务是企业赢得客户的关键。营销队伍需要不断提升服务质量和客户满意度,以增加客户回头率和口碑传播。通过加强服务培训,提高服务水平和专业素养,可以进一步提升客户满意度和忠诚度。同时,建立完善的客户服务体系,及时解决客户问题,提升服务质量,也是营销队伍建设的重要任务之一。

客户满意度是所有商业活动的核心。优秀的营销队伍建设需要通过客户调研、反馈机制等方式,了解客户需求和意见,进而制定相应的措施提高客户满意度。同时,营销队伍还需要建立完善的客户服务体系,提供优质的售前、售中和售后服务,以维护老客户并吸引新客户。

2 烟草商业企业卷烟营销市场化取向改革下营销队伍建设存在的问题

2.1 薪酬机制不能有效发挥营销队伍的积极性

在烟草商业企业卷烟营销市场化取向改革的背景下,烟草企业需要重视营销队伍的建设,而薪酬机制是激发营销人员积极性的重要因素。然而,目前存在的问题是,一方面,烟草企业的薪酬分配相对固定,缺乏激励机制,这使得一部分营销人员工作积极性不高,工作效率低下。另一方面,薪酬分配上

存在不均现象,导致聘用工和正式工之间的薪酬差距较大,这不仅打击了聘用工的工作热情,也不利于构建和谐

2.2 营销队伍结构不合理

历史遗留问题导致年龄断层严重,年轻的营销人员难以快速进入角色,而年长的营销人员则面临知识更新和技能提升的挑战。同时,部分营销人员缺乏必要的技能和知识,无法适应现代卷烟营销工作的需要。另外,高技能人才稀缺,这使得烟草企业在技术应用和产品创新方面存在较大的瓶颈。此外,学历和能力不对等,虽然基层干部职工的学历层次不低,但相当一部分是通过函授或电大等业余培训取得学历文凭,他们的实际工作能力和专业素养并未达到相应水平,这使得烟草企业的整体素质水平不高。

2.3 培训工作有待加强

随着烟草商业企业卷烟营销市场化取向改革的深入推进,营销队伍的建设显得尤为重要。然而,目前存在着一些问题,其中之一就是基层干部职工在技能和知识方面缺乏系统性的学习和提升。由于缺乏相关培训和学习机会,很多基层干部职工可能对市场化取向的营销理念和方法不够了解,对新技术、新工具和新模式的应用不够熟悉。这导致他们在应对市场变化和完成工作任务时可能会遇到困难。

2.4 干部员工思想观念缺乏干事创业的紧迫感和监督管理创新力

部分干部员工缺乏对市场变化和竞争形势的敏感性和警觉性,沿用传统的思维方式和工作方法,不能快速适应市场化取向改革的需要。同时,部分干部员工在工作中缺乏主动性和创新性,过分依赖上级的指导和安排,缺乏独立思考和解决问题的能力。

3 烟草商业企业卷烟营销市场化取向改革下的营销队伍建设策略

3.1 提高卷烟需求预测准确度

通过构建订单需求预测、消费者固定样本库跟踪、扫码销售实时进销存信息监测三个维度的自下而上的需求预测体系,改变以往的按计划开展预测的工作方法,根据市场变化情况主动分析市场、把握市场,提高对市场变化趋势的预见性,提高卷烟营销工作的主动性和前瞻性。

建立订单需求预测体系。烟草商业企业可以通过与零售商的合作,建立订单需求预测系统。通过对零售商的销售数据进行分析,了解市场需求的变化趋势,从而预测未来的需求量。同时,烟草商业企业还可以通过与消费者直接沟通,收集消费者的购买意向和需求,进一步提高预测的准确度。通过订单需求预测体系,烟草商业企业可以更加准确地预测市场需求,有效调整生产和销售策略,提高卷烟的销售量和市场占有率。

建立消费者固定样本库跟踪体系。烟草商业企业可以建立消费者固定样本库,通过对这些样本消费者的购买行为进行跟踪和分析,了解消费者的偏好和购买习惯。通过对消费者样本库的分析,烟草商业企业可以更好地把握市场需求的变化趋势,及时调整产品品种和营销策略,满足消费者的需求,提高销售额和利用扫码销售实时进销存信息监测系统是提高卷烟需求预测准确度的另一项策略。烟草商业企业可以通过引入扫码销售系统,实时监测卷烟的进销存信息。当消费者购买卷烟时,可以通过扫描条形码或二维码的方式记录销售信息,并将其实时上传到系统中。通过分析这些数据,烟草商业企业可以了解销售量、销售渠道和消费者的购买偏好等信息,从而更准确地预测市场需求。

3.2 加强营销队伍的培训工作

通过制定科学合理的培训计划,加强营销人员技能和知识的培训,创新培训方式和方法,加强培训评估和反馈等手段,不断提高营销队伍的素质和能力水平,使其更好地适应市场化取向改革的需要。

烟草商业企业可以制定具体的培训计划。通过分析市场需求和企业战略目标,确定培训的重点和内容。可以包括市场营销知识、产品知识、销售技巧等方面的培训。同时,也要根据不同岗位和职责的要求,制定相应的培训方案,确保培训的针对性和实用性。通过科学合理的培训计划,可以有效提升营销人员的综合素质和专业能力,使其更好地适应市场化取向改革的需要。创新培训方式和方法。除了传统的面对面培训外,可以引入在线培训、实地考察、案例分析等方式,丰富培训形式,提高培训效果。例如,可以通过在线学习平台提供学习资源和学习任务,让营销人员灵活学习,随时随地获取知识。另外,可以组织实地考察,邀请专家进行讲解和指导,让营销人员亲身体验和学习。通过创新培训方式和方法,可以激发营销人员的学习兴趣和动力,提高培训效果。同时,烟草商业企业还应加强培训评估和反馈机制。在培训过程中,可以通过考试、评估测试等方式对培训效果进行评估。同时,还应建立反馈机制,鼓励培训参与者提出意见和建议,及时调整和改进培训内容和方式。通过培训评估和反馈,可以了解培训的成效和不足之处,进一步提高培训的质量和效果。

3.3 完善营销队伍的激励机制

建立完善的激励机制,如提高薪酬待遇、给予晋升机会、设立奖励制度等,激发营销队伍的工作热情和积极性,提高他们的工作效率和质量。

烟草商业企业可以考虑提高薪酬待遇。通过调整薪资结构、提高基本工资和绩效奖金等方式,激励营销人员的工作动力。可以根据个人的表现和业绩,给予相应的薪酬激励,让营销人员感受到自己的价值和贡献被认可和回报。此外,也可以考虑引入股权激励计划,让营销人员成为企业的股东,分享企业的发展成果,增强他们对企业的归属感和责任感。

烟草商业企业可以给予晋升机会。通过设立明确的晋升通道和晋升标准,为优秀的营销人员提供晋升的机会。可以通过内部选拔、轮岗培养、定期评估等方式,选拔和培养具有潜力的人才,提供更高级别的职位和更大的发展空间。同时,也要加强对晋升机会的公正性和透明度,确保晋升的过程公正、公平,让每一位营销人员都有公平竞争的机会。

此外,烟草商业企业还可以设立奖励制度。可以根据营销人员的业绩成果,设立销售目标奖励、销售排名奖励、销售增长奖励等奖项,激励营销人员不断努力提升销售业绩。奖励可以以金钱形式或非金钱形式给予,如提供旅游机会、培训机会、提供福利待遇等。同时,要确保奖励制度的公平性和透明度,让每位营销人员都有公平竞争的机会,激发他们的工作热情和积极性。

3.4 推动营销队伍的转型

根据市场变化和行业发展需要,推动营销队伍的转型和

升级。例如,加强市场调研和数据分析能力,提升终端建设质量,夯实网络建设基础,强化重点市场开发等方式进行转型,以适应市场化取向改革的需要。

加强营销队伍市场调研和数据分析能力。随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化,烟草商业企业需要及时了解市场动态和消费者需求,以制定相应的营销策略。因此,建立专业的市场调研团队,加强市场数据的收集和分析能力,可以帮助企业更好地把握市场变化,提前预判市场趋势,为决策提供科学依据。通过市场调研和数据分析,可以更准确地了解消费者的需求和偏好,优化产品定位和营销策略,提高市场竞争力。

提升营销队伍终端建设质量。随着市场竞争的加剧,终端渠道的建设和管理成为烟草企业提升市场占有率的重要手段。因此,烟草商业企业可以加强对终端的规划和布局,提升终端门店的形象和服务质量。可以通过完善门店陈列、培训导购员、提供优质客户服务等方式,提升消费者的购买体验,增强消费者对品牌的认知和信任。同时,也要加强终端渠道的管理和监督,确保终端门店按照标准进行经营,提高终端销售效率和市场覆盖能力。通过提升终端建设质量,可以增强烟草商业企业在市场中的影响力和竞争力。

夯实营销队伍网络建设基础。随着信息技术的发展,网络渠道在市场营销中的作用日益重要。烟草商业企业可以加强电子商务平台的建设,提供在线销售和服务,拓展销售渠道。同时,也可以通过互联网广告、社交媒体等方式进行品牌推广和宣传,增强品牌知名度和影响力。通过夯实网络建设基础,可以提升企业的市场覆盖能力和销售效率,适应市场化取向改革的需要。

3.5 提升营销工作的科学性

加强营销队伍建设,引入先进的营销理念和方法,提升营销工作的科学性和规范性。例如,引入数字技术平台和现代零售终端,加强消费者调研和数据分析,提升营销策略的有效性和精准度。营销策略是指导企业市场活动的重要指南,因此需要科学合理的制定和执行。烟草商业企业可以引入先进的市场营销理念和方法,如市场细分、目标定位、差异化竞争等,以确保营销策略与企业的发展目标相一致。同时,要建立完善的营销管理体系,确保营销活动的规范执行和有效监控。可以制定明确的营销目标和指标,定期进行评估和反馈,及时调整和优化营销策略。通过加强营销策略的科学性和规范性,可以提高营销工作的效果和效率,推动企业的可持续发展。

4 结束语

营销队伍建设是卷烟营销市场化取向改革成功的关键因素之一,必须引起足够的重视。通过提高卷烟需求预测准确度、加强营销队伍的培训工作、完善营销队伍的激励机制,以及推动营销队伍的转型、提升营销工作的科学性等实践建议,烟草商业企业可以更好地加强营销队伍建设,为卷烟营销市场化取向改革提供有力支撑。

参考文献

- [1] 毕雯.基于“新零售”背景下对卷烟零售终端建设的思考[J].现代商业,2020(21):2.
- [2] 李丹凤.卷烟营销市场化取向改革背景下营销队伍建设中“非专业化”障碍及其跨越研究[C]//适应新时代 聚焦新目标 落实新部署——广西烟草学会2018年优秀论文集,2020.
- [3] 丛宁宁.探索我国烟草行业卷烟营销战略[J].区域治理,2018(29):2.
- [4] 冯仁川.推进卷烟营销市场化取向改革之思考[J].纳税,2019.
- [5] 刘璐峰.浅谈卷烟市场化取向改革中消费者信息采集的重要性与方法[J].中国市场,2018.