

浅析网上订货与营销

□ 高雷刚

实施新商盟系统网上订货工作,能够进一步加快构建“工商零”三位一体共同面向消费者的现代卷烟营销体系,进一步完善以信息化为支撑,以电子商务为主要特征的现代卷烟营销模式,有效提升卷烟营销网络软实力,推动卷烟营销水平,实现向现代流通的根本转变。

认识网上订货重要意义

国家局何泽华副局长在2009年全国网建工作会议上提出:要探索建设以网上订货、网上配货为主要内容的电子商务,进一步优化完善以电子商务为特征、以信息化为支撑、面向市场的现代营销业务模式。因此,推行网上订货工作是当前网建工作的重点。

推行网上订货,有助于完善现代卷烟营销模式。网上订货是电子商务的重要环节。推行网上订货,搭建工、商、零、消相互交流平台,能有效整合提升漯河烟草电子商务、现代物流和营销服务资源,展示烟草品牌、普及烟草文化、引导消费、创造需求,打通工、商、零、消四个环节,实现流通全过程互通互动,建立卷烟工业、商业、零售客户三位一体面向消费者的现代烟草营销模式,将零售客户真正内化于卷烟营销网络体系,创造我互动新关系和网上营销新空间,进一步建立完善现代卷烟营销体系,推动向现代流通根本转变。

推行网上订货,有助于更好掌控卷烟零售终端。卷烟零售终端是烟草系统连接消费者的桥梁。一定意义上讲,掌握了零售销售终端,就控制了市场。推行网上订货,能够准确及时地获取零售终端卷烟库存、价格、需求变化等重要市场信息,研究分析各个卷烟零售终端的特点和规律,加强对零售客户的营销指导,组织适销对路货源,科学制定货源分配办法,做到精准投放、精确营销,科学把握投放量与投放节奏的关系,做到量增价稳、结构提升,保障零售客户的合理利益,更加有效地挖掘、利用和掌控零售重点客户资源来调控市场、培育品牌、引导消费,提升水平。

推行网上订货,有助于提升烟草商

业竞争能力。网上订货,是以卷烟商业企业为主体,构建的一种“电子商务”形式。通过网上订货平台,卷烟商业企业向上可以联结各工业企业、向下联结卷烟零售客户,依托互联网络,实现工业企业与零售户间的信息互联互通,完成卷烟销售数据从“生产—供应—销售”与“需求—采购—生产”间的快速互动,提高对市场动态数据掌握能力,增强对卷烟流通渠道控制力,提升烟草商业企业核心竞争力。

全面把握网上订货实质内涵

推行网上订货,不单是一个信息系统的推广应用,不是方便零售客户的一个服务项目,是进入网络营销的显著标志,是构建新型客我关系的重要载体,是推进按订单组织货源的重要手段,是网建模式的一次重大变革,是市场营销上水平的重要途径。概括来讲,网上订货工作实质内涵是:构建一个平台,完善四项机制,实现一个转变。

构建电子商务平台。推行网上订货,关键和核心就是构建一个能够推动现代流通的电子商务平台,集聚卷烟零售客户网上订货、网上营销、网上推广、自主管理、客户娱乐、网络教育、信息互动等各项功能于一体,确保客户订货操作方便快捷,客户体验生动有趣,展示卷烟品牌、引导消费、普及营销知识、烟草品牌文化,快速应对市场需求,实施精准营销,实现工、商、零、消的互动、互助、互乐,共创、共进、共赢。立足电子商务平台构建网上订货、网上配货和网上结算为主要内容的电子商务体系,探索实践网上配货和网上结算,提高电子支付水平和物流配送效率,建设完整服务价值链,创建工、商、零三位一体,共同面向消费者的营销体系。

完善四项工作机制。平台是基础,机制是保障。一是完善服务零售户机制,规范信息发布流程和货源供应管理,充分做到公开、公平、公正。二是完善工商协调营销机制,快捷、准确掌握市场终端信息,加强工商协同、有效整合营销资源,更加优质高效的服务卷烟零售客户。三是完善内部运行机制,转变内部组织、业务流程和资源配置,强化后台服务前台、前台服务客户、全员



服务营销的内部运行机制,使企业运行进一步贴近市场,进一步贴近客户需求。四是完善客户经营指导机制,在订单指导下做到线上指导和线下指导相结合,在品牌培育上做到订单指导和活动指导相结合,在客户能力提升上做到引导学习和个性化指导相结合。

实现一个根本转变。推行网上订货,就是要通过整合卷烟工业企业、商业企业、零售客户资源,实现商业企业业务运营及营销模式向现代流通的根本转变。

推行网上订货主要措施

要把推行网上订货试点作为“一把手”工程来抓,作为带动各项工作上水平的工程来管,树立信心,克服困难,打造亮点,展现形象。

高度重视,建立组织。要站在推进卷烟销售网络建设重要战略工程和不断完善现代卷烟营销体系的高度,深刻认识网上订货工作的重要意义,加强组织领导,建立一把手挂帅,主管副职亲自抓,营销、信息、财务等各部门共同参与的领导组织格局,明确先进目标,细化责任分工,强化过程管理,密切协同配合,动员干部职工,振奋精神,树立信心,以“满腔热情、富有激情、充满智慧、奋力创新”的精神状态,推进网上订货工作稳步落实。

摸清情况,做好宣传。要制定实

施方案,规划实施步骤,明确人员责任分工,做好零售户调查摸底,安排专人逐片、逐线、逐户挑选出最有条件、最积极、最有影响、配合度最高的备选商户,依据“筛选一户,动员一户,申请一户,培训一户,连接一户,成功一户,发展一户,巩固一户”的程序和原则,严格管控首批试点网上订货客户质量,逐一建档备案审核,深入细致的做好网上订货宣传,向商户讲清讲明实施网上订货的优点与好处,为备选商户制定个性化的配套经营指导意见,充分发挥首批上线商户的示范效应,引导符合条件的商户全部上线,提升卷烟营销工作水平。

总结经验,打造亮点。深入反复对首批试点商户进行回访,收集反馈意见,总结运行经验,完善系统功能,打造和展现特色亮点。一是要从系统功能上打造亮点,升级业务管理系统,优化完善新商盟系统功能,力争做到“先进、便利、丰富、有效”四个方面的要求。二是要从差异服务上打造亮点,修订完善货源公开、紧俏货源分配、客户经营指导服务等制度流程,进一步丰富客我沟通交流渠道,提升零售户卷烟经营质量和效益。三是要从工作过程打造亮点,从指导思想、推进过程、完善流程、提升效率等方面深入进行梳理、总结,最终升华出营销团队高度认同的文化理念,增加员工队伍的凝聚力和战斗力。

提高卷包车间在线产品质量浅谈

□ 刘斌

质量是企业的生命,是品牌发展的重要保障,提高产品质量是企业生存与发展的根本之路。在行业新的形势和要求下,市场竞争的气氛将更加激烈与残酷,优质过硬的产品是企业参与竞争最有效的武器。那么,在“卷烟上水平”新的形势和要求下,如何抓好和提高生产车间(卷包)在线产品质量,确保质量管理上水平呢?

笔者认为,不妨从以下几个方面去考虑。

一是加大质量考核的力度和质量奖励措施,提高员工积极性和主动性。应该加大质量的个人考核力度和质量奖励机制。在质量绩效考核的方案和细则中,要将质量指标的目标值分解到机台和个人,并将质量目标完成情况纳入班组、机台和个人的绩效考核挂钩,直接与个人的绩效工资系数挂钩,对质量目标完成好的机台和个人,在绩效考核中提高奖励幅度按比例进行奖励。这样才能形成人人肩上有指标,个个心上有质量的良好氛围。

二是加强质量的统计分析,建立质量预警机制。每天要及时公布前一天各机台的在线质量情况,根据机台平均质量水平,设置各机台的单项质量控制指标的最高扣分值,每日对单项质量缺陷进行累计,对超标的指标进行红色预警,维修人员和机台操作人员对预警项目进行分析,将分析结果形成质量改进的项目,制定时间表进行解决和改进,把存在的质量问题消除在萌芽的状态。

三是有效推进 TnPM 管理,实行设备轮保、点检制度,确保设备完好率。设备的稳定性是保证产品质量的基础。要通过全员参与 TnPM 管理,使设备管理走向“行为规范化、流程闭环化、控制严密化、管理精细化”,加强设备的保养与润滑,确保设备安全可靠和完全有效,造就一支具备自主维护能力的员工队伍。同时,实施《设备轮保制度》,规定轮保的内容,明确轮保的目的,每天按规定对各种检测装置进行点检,发现问题及时处理。这样才能有效地防止和减少质量事故的发生。

四是建立教育和学习培训体系,规范机台首、自检的措施。要使“一丝不苟、不优不休”的质量理念渗入每个员工的心里,提高员工的质量意识,就要与其他部门员工的教育和培训,增强责任和服务意识。目前,对质量的培训比较单一,考试也只是图于形式,技能竞赛缺乏规范和参与性不高,这种方法方式在思想和认识上不能引起员工对质量的高度重视。笔者认为,要将培训和考试以及竞赛成绩纳入绩效考核之中,与员工的工资和奖金挂钩。同时,在年终评先进作为重要的依据之一。质量管理工作要

不断创新,逐步改变传统的质量管理模式。多数企业都是采取质量部门的质检员在机台进行产品检验,发现问题通知机台进行解决,这种方法不能彻底有效地控制在线产品质量。必须将质量产品检测的检测关口前移,加大机台自检的力度,实行机台首、自检的制度,由机台负责制,逐步分解,责任到人。同时,加强组织领导,实行车间领导、班组长、机长管理与监督,把产品质量在线过程控制落到实处。

五是加大对质量持续改进和 QC 攻关小组活动的力度。针对质量缺陷较高的机台要配合班组进行及时的整改,通过每周的质量例会、案例分析会召集有关人员进行分析,制定行之有效的改进措施,规定责任人按时间进行整改。对影响产品质量和影响设备完好率所存在的现状,适时组织技术力量进行综合攻关,彻底解决存在的质量问题。比如,卷接工序更换新的布带之时,对烟支的圆周带来一定的影响,严重影响烟支的质量,针对此现象,特别规定卷接工序在更换布带时,要求机台人员必须对烟支进行首检,到品管科卷包检测室进行长度和圆周的检测。确保在线产品质量过程控制。

六是强化班组的质量管理职能,提升制度执行力。要以班组建设为契机,充分利用班组的平台,在班组管理中,强调质量管理,改善质量。班组设立质量委员,收集质量信息,检查和协调质量管理工作,分析班组质量情况,及时跟踪质量存在的问题,及时反馈并组织、协调、督促解决各种质量问题。其实,各企业对质量的管理都有严格的管理制度,但在制度的落实上却存在着严重的质量问题。比如,有制度不执行,或者难以执行;机台人员质量认识不够,重产量而轻质量的现象很普遍,加上自检图形式,责任心不强;质检部门巡检和督查存在不足;质量管理存在重点放在重视质检员的检查力度上,而忽视了机台自检的重要性等,在一定的程度上影响在线产品质量。笔者认为,应加大对质量管理体系落实的管理,加大机台自检和质检巡检的力度,建立长效的激励奖励机制,提高全员的质量观念,才能有效提高在线产品质量,杜绝和减少质量事故的发生。

当然,要务实抓好在卷包车间在线产品质量,还要与其他部门紧密配合。比如,原辅材料和来料的质量保证、车间环境湿度的控制、供气量的大小等,只有全员参与质量管理,全面提高全员的质量观念和意识,强化执行力和质量改进工作,认真抓好产品的内在与外在的质量,才能保障优质的产品,促进产品质量稳步提高,形成“支支一流、包包精品”的过硬产品,从而提高品牌和企业竞争力。

细分客户 做好差异化服务

□ 蔡清茹

当前烟草面临的市场环境发生了很大变化,由于物质产品供给剧增,市场竞争激烈,在这种情况下,谁与零售客户建立稳定的交易关系,谁就能拥有更多的未来销售机会。因此,企业要与零售客户创造更亲密的工作关系和相互依赖的关系,从而发展双方的连续性交往,为零售客户创造公平、公正的市场环境,提供尽可能公正、周到的服务,进而提高零售客户的满意度和忠诚度,巩固和扩大市场销售。然而,要提高零售客户的满意度首先需要我们去了解零售客户的需求,倾听零售客户的心声,也就是对零售客户的满意度进行分析和归纳,以便企业针对不断变化的市场格局和零售客户需求做出相应的战略改变。现在零售客户对我们的送货、

营销,服务要求都比较高。抽样对不同业态的各星级零售户进行调查,结果显示:

从品牌需求上看,零售客户对工业企业的支持要求个性化服务,对部分品牌下柜难提出给予促销支持。

从服务层次上看,零售客户希望根据自己对公司的贡献大小,享受相应层次的服务,例如专人负责、生日问候、节日祝福、喜事的祝福、伤事的安抚等人性化的服务。

从订货方式看,有的零售客户要求网上订货、客户经理上门接单、有的要求语音电话订货、有的要求通过手机短信订货、有的要求公司主动呼叫等等,凡是现代新兴的渠道,总有零售户渴望尝试。

从结算方式上看,有的零售客户要求现金结算、有的零售户要求刷卡结

算,有的要求代收代付结算、有的要求预付款等。

从明码标价上看,零售客户更希望公司能坚持原则,不搞睁一眼闭一眼。

大部分零售户希望市场监管方面能有所加强,市区零售户希望加强限制新办证户。

从配送方式上看,零售客户有的要求加急配送、有的要求预约配送、有的要求当天或次日送货、有的要求上门提货等。

从货源分配安排上看,零售客户希望紧俏货源公平、公正、公开的分配,透明运作,“不患寡而患不公”。

综上,各种需求之间又有众多的组合,满足这些需求,意味着服务手段和方式的极大丰富、服务水平的提升、零售客户满意度和忠诚度的提高。随着社会的进步和发展,零售客户的接触面日

益广阔,对烟草企业的服务手段、服务方式、服务层次提出了更高的期望和要求,做为烟草企业应在公平、公正的基础上,以人为本,不搞“一刀切”,体现个性化服务的重要性。同时,要坚持紧俏货源公平、公正、公开的分配办法,透明运作,解决好“不患寡而患不公”的问题。明码标价更应这样,对违反规定的,要坚决劝阻。

作为客户经理,在日常走访指导零售客户时,要把提高零售客户的星级和获利水平放在重要位置,真心实意为零售户提供优质、高效、公平、公正、周到的营销服务,这都要求我们在以后日常工作中努力学习,勤思考,积极创新,更好地为零售客户提供贴心的服务,提高客户满意度,营造客户忠诚度,为卷烟销售网络的建设和发展尽一份心,出一份力。

如何让卷烟终端陈列更具销售力

□ 黄旺添

根据统计,消费者的购买行为多为无计划消费——看到产品实物陈列等临时决定购买,生动化可以提高产品的展示效果,激发消费者的购买意愿。也可以说,卷烟产品陈列的好坏是促成产品销售的最后一次机会,只有吸引顾客注意力的商品才会卖得掉!消费者去商店随机购买的占多数,在一个商店卷烟展示柜平均停留15秒,75%的人是在5秒内做出决定,如果看不到要买的卷烟品牌产品,40%的人就会购买别的卷烟品牌产品。所以,如何合理摆放卷烟是卷烟销售的重要环节,整洁的柜台,醒目的卷烟,不但能吸引消费者更多的目光,而且能激

发消费者的购买欲望,促进销量,提升利润。对此,笔者总结概括了五方面卷烟陈列方法,以此提高卷烟摆放效果:

一是选好卷烟产品陈列点的位置。消费者购买相当部分属冲动性的,因此产品尽可能陈列在消费者最常驻足最容易拿到的地方,争取与更多消费者的接触机会,对于终端售点而言,最佳的陈列位置有以下几个位置:一是直面通道的正面,这样消费者只要一进门或者在门外就能一眼所见;二是大门的两侧,是购买者在商店中经过的最多和最容易看到的地方;三是店员经常站立的地方,对于传统的非开放性的店铺,产品应陈列在店员经常站立并且伸手可及的柜台上面;四是收银台旁边,真正的消费行为大多

在此产生,也是顾客最常接触的地方。另外,由于消费者在超市和商场的行走方向,绝大多数是单向行走,很少人会在一个卖场的通道里来回走动,对对手的商品更加留意,所以,同一个通道,往往是人流方向右边的位置要比左边的好。具体终端售点的最佳陈列点,取决于售点的实际状况,因此,客户经理在实际拜访过程中要认真了解情况,实地感受一下产品陈列点的购买顺序和人员走动路线,帮助零售户确定最佳的产品陈列位置。

二是卷烟陈列应从高价到低价排列。这是卷烟陈列工作中运用最普遍最广泛的方法,一般来说,柜台可以放两排卷烟的宽度和长度,卷烟价格从高到低排列的顺序,比如下面一排从

高到低摆放了中高档烟,而上面一排摆放了中低档烟,这样一来一方面方便客户选择卷烟,另一方面也使客户十分了解自己选的卷烟是属于哪个档次的,清晰明了。

三是要区分卷烟颜色。许多零售客户喜欢把同种颜色的卷烟放在一块,比如红的跟红的放一起,蓝的跟蓝的放一起,认为这样比较美观,其实这样不妥,因为消费者一看同种颜色的卷烟,在购买的时候会无从下手,而且颜色相同,会让消费者误以为价位也是相同的,容易产生误会。笔者以为,在排列卷烟时,应把不同颜色的卷烟参差摆放,一来,消费者比较容易区分,二来,也能即时选择自己喜食的牌号。

四是明码标价要到位。作用是标注产品的标准销售价格,提高价格的透明度,强化市场的公平竞争格局。标价签粘贴与价格牌摆放到位。标价签到位主要是指标价签粘贴要与卷烟的品种相对应,而且要保持标价签的整洁与完整。价格牌摆放到位是指价格牌摆放的位置要醒目,要摆放在消费者易于见到的地方。

五是坚持做好卷烟产品陈列的定期维护工作。陈列效果的维护靠的是客户经理在日常工作中的不懈努力。终端陈列表现一定程度上就是客户经理敬业程度的表现,是一种执行力和耐力的比拼,因此要把终端陈列效果作为对客户经理考核的一项重要指标。加强对零售终端的营销服务,既解

决了为零售户的服务问题,用情感纽带联系零售终端,又解决了与零售终端的利益问题,用利益纽带凝聚零售终端客户,从而实现我们“让消费者满意、让零售户满意、让工业满意”的营销目的。总之,卷烟终端陈列的生动化对于影响消费者购买行为和购买决策具有举足轻重的作用,应该让零售客户真正体会到规范卷烟出样、开展明码标价的好处还需要我们的服务人员在日常拜访客户中不懈地宣传和耐心地指导,此项工作的开展一定会为我们的零售客户在卷烟销售中带来极大的促进作用,从而实现我们“让消费者满意、让零售户满意、让企业满意”的营销目的。