

假日卷烟品牌营销的几点思考

□ 肖玮

节假日,历来都是卷烟销售旺季,各大卷烟品牌也都铆足了劲加强品牌宣传攻势,销售成果相信也十分喜人。不过,辉煌过后还需要沉淀与总结,作为烟草人,工业企业也好,商业企业也好,都需要对假日卷烟营销做一个总结,从而在下一个节日到来之际能更好地做好各项营销工作。

高度重视 强化指导

假日既是销售的旺季,更是品牌营销的良机,做好假日品牌营销对品牌营销往往会事半功倍,因此我们必须高度重视假日营销。如何高度重视呢?笔者认为要在三方面下功夫:一要高度认识假日品牌营销的巨大作用,假日的品牌营销受众面广、取得反响更大,对品牌的知名度的提升具有“四两拨千斤”的作用。二是要高度重视好具体活动的开展,光口头上重视是不行的,要落实到具体的细节当中,围绕既定的目标对活动的流程进行优化。三是高度做好假日市场品牌营销信息的反馈,搞品牌营销不是简单的“搭台子、唱段戏、换个地方继续唱”,而是要不断总结活动的开展,从信息

反馈的收集和分析入手不断提高假日品牌营销水平。

周密部署 精心组织

假日品牌营销能够取得良好的效果,关键在于实施过程中的有效控制,这就需要我们通过周密的部署、精心的组织来确保实施取得成效。如何周密部署、精心组织,关键要做到三个结合:一是在时间上与实际情况相结合,我们在开展假日品牌营销活动中必须准备把握实施的时间和时机,比如十一长假7天,哪一天才是最合适的呢?这就需要我们从自然气候、地区差异、实际操作情况和方案要求等等各个方面综合考虑。二是在事件上与实际情况相结合,这里主要是谈事件营销的应用,比如十一“黄金周”向来都是结婚的黄金时期,很多新人都选择在这几天举行婚礼,婚庆元素在卷烟品牌营销中就十分必要。三是特色上与实际情况相结合,现在开展假日品牌营销方式和方法都很丰富,但一定要把特色与实际情况结合起来,比如在农村市场开展喜闻乐见的文艺或者主题公园品牌推广,在城市区域可以开展知识趣味问答和讲座等形式的活动,要针对不同的情况采取不同的策略。

加强宣传 拓展市场

开展假日品牌营销“唱功”是最重要的要素之一。我们开展假日品牌营销活动的目的就在于“唱响品牌”,因此加强宣传是重中之重,通过有效地宣传,能够起到引导消费者尝试产品,尤其在一些区域内品牌影响力非常小,宣传能力的高低直接影响到市场的拓展。在这方面着重从文化和品牌特色着手,由于消费者对卷烟的品牌营销中的促销具有一定的排斥心理,所以我们需要从文化入手,介绍企业的成长经历、发展水平、工艺水平、公益活动等等让消费者认可企业,对文化产生共鸣;其次就是要宣传产品特色,围绕健康、低害、品位等易于消费者的特色入手,让消费者接受产品。

提升素质 树立形象

假日营销活动具体执行过程中人是关键因素,必须强化假日营销的队伍建设,围绕素质和能力强化整体队伍的素质。我们一般情况下的营销人员与商业或者零售户打交道比较多,与具体的消费者接触较少。因此对参与假日营销的工作人员要有针对性

的素质能力要求,笔者认为应该具备四大能力:一是知识性的业务能力,营销人员必须对自己品牌和营销活动开展的业务做到熟练运用、牢固掌握,重点是强化知识性的业务能力,比如文化理念的内容、产品特性的专业解释等等;二是互动性的沟通能力,营销人员面对的是直接消费群体,在假日营销活动中要有较强的沟通能力,能够实现与消费者的互动,从而增强消费者对品牌的深入了解;三是传播性的感染能力,感染能力是建立在沟通能力基础之上的,在互动的沟通过程中要通过理念的传播对消费者的思想进行“说服”;四是因时性的应变能力,在营销过程中会遇到一些新问题、新情况需要营销人员具有快速的应变能力,现场的应变解决能力往往能够体现企业的形象。四大能力展示的不仅是营销人员的素质,更重要的是展示企业的形象,参与假日营销活动的工作人员肩负着品牌传播和企业形象的双重职责!

假日品牌营销作为企业营销活动的一项经常性工作需要持续有力地给予高度重视,不断丰富和优化实施过程,完善活动开展细节,才能提高假日品牌营销对品牌营销的巨大推动作用。

巧取“情报”促市场监管上水平

□ 唐俊昆

一个规范有序的卷烟市场是保障行业健康发展的基石,也是促进“卷烟上水平”的保障。当前,卷烟市场从表面看净化较高,但卷烟违法经营活动依然猖獗,真品卷烟的无序流动和假冒卷烟的地下暗流仍然突出,专卖市场监管工作任重而道远。

如何稳、狠、及时、准确地打击各类违法经营活动,营造和谐健康的市场环境是值得专卖执法人员深思与探索的一个重要课题。笔者认为,开展情报线索建设,拓宽线源,是应对违法卷烟地下暗流的有效手段,也是打假打私工作的瓶颈所在。只有信息灵通、线源广泛,才能有力地开展针对性的打击,提高市场监管的有效性。有以下三种途径:

全面发动群众

针对全社会公民进行普遍性发动,积极主动地接受广大群众的意见和建议。“全面发动”的社会效果广泛,仿佛编制了一张覆盖全社会的线源网络。通常有以下三种方法:

一是加大宣传力度。一方面,要充分发挥电视、广播和报纸等大众媒体的作用,直接与消费者交流,让广大群众在有情报时能够第一时间反馈相关情况;另一方面,多上门向卷烟经营户宣传与烟草有关的法律法规及诚信等级管理办法,使他们意识到违法经营的代价是巨大的,自觉地走上守法经营的道路,支持专卖执法部门的监督管理工作,提供情报线索。

二是畅通举报投诉渠道。设立专门的市场监管举报电话,一方面可以向广大市民提供烟草专卖法律法规政策的宣传和真假烟辨别咨询服务,同时可用于接受举报信息,如果广大市民和消费者发现非法生产、经营、运输烟草专卖品的行为,便可直接拨打该专用号码进行举报或投诉。另外,还可以尝试制作举报投诉信息牌,发放给每一个卷烟销售商户,上面写明受理举报投诉的单位的详细信息、联系方式等,这样能让广大群众在第一时间知晓举报投诉的途径和方式,就有可能打击客户经理的工作积极性。

三是制定举报投诉奖励机制。制定严密的举报投诉奖励机制,获取群众举报后一经查实及时兑现奖励标准,做到不失信于民,努力提高广大群众监督的积极性,营造全民监督的良好氛围。

重点培植线人

线人作为烟草专卖行政管理部门收集、获取涉烟违法犯罪线索的隐蔽力量,在打假破网中发挥着重要作用。“重点培植线人”获取线索的准确性高,大要案多,是查处制售假烟网络案件的主要来源。因此,烟草专卖部门要积极培养线人,强化情报的

搜集。在培养线人的过程中,要把把握好以下三点:

一是明确自己的需求。根据自己的需要,有针对性地培养线人。比如:最近某交易市场上售假行为较为严重,要彻底查处售假行为,就必须找出这些售假行为人的供货人,要找出供货人,快的捷径就是在这个交易市场布控线人,摸清送货规律和送货人。明确了这个需求,找线人的目的、范围就显而易见了。如果目的、范围不清晰,即使是找了再多的线人,最终也没有任何的价值意义。

二是选择适合的对象。每个城市都有自己的特点,可结合自身特点找寻培养对象。一般常见的对象包括摩的载客司机、交易批发商城的雇员或工作人员、货运/客运站工作人员、有举报记录的举报人、卷烟零售户等等。

三是选择合理的方式。由于线人属性上的特殊性,决定了线人身份的不可公开性,故对线人的培养不可能像举办培训班或讲座那样进行集中授课培训。可以通过印制宣传手册,将涉烟违法案件的基本特征、违法特点、跟踪的方法、举报方式等内容印制成手册,线人通过手册可以对涉烟违法行为进行识别,避免了线人公开露面的风险;可以通过个别指导,由培养人对线人进行个别指导,通过讲解举报案例、解说违法特征、跟踪技巧等提高线人各方面的能力;还可以进行针对性指引,每个线人的情况都是有所不同的,比如活动范围、跟踪能力等,为此要针对线人的实际情况开展针对性的指导。

积极沟通交流

除了“全面发动”和“重点培养”外,稽查人员在日常检查中应做到多看、多聊,眼观六路、耳听八方,遇有相关信息,多想、多问,积极搜集有关信息,强化情报的搜集。

一是多调查与询问。通过闲聊、拉家常等方式来了解被调查的经营户最近的行踪、经营情况、车辆情况、与哪些卷烟客户保持业务上的联系等等,通过侧面了解和获取的信息来分析被调查经营户的情况,判断其是否有违法的嫌疑。

二是多联系与沟通。加强专卖互动,对于在检查中问到的、了解到的及在专卖监督管理系统中看到的情况,对有违法嫌疑的经营户和一些进货波动大的经营户要及时地与对应的客户经理沟通,具体了解出现这种情况的原因,发现问题即使进行处理。

三是多鼓励和引导。建立专门的群众举报投诉受理机构,并建立相应的体制、机制,及时处理群众举报投诉,做到不延误时机;同时应该精简力量,优化结构,合理分工合作,多鼓励和引导广大群众开展监督活动,充分调动他们的积极性,营造全民监督的氛围和环境。

四招破解客户经理监管难题

□ 李慧

在烟草商业企业,客户经理既是卷烟的营销员、客户的服务员、市场的分析员,又是政策的宣传员。如果客户经理没有一定的工作自觉性,加之我们监管缺失的话,客户经理就可能想方设法“走近路”,出现工作职能履行不到位的现象。随着行业改革力度的不断加大,以及卷烟营销网建水平的不断提高,对我们的客户经理提出了更新、更高的要求,为此,为了提高客户经理工作水平,各级烟草企业都想方设法,加强了对客户经理的管理与考核。然而,由于客户经理工作的特殊性,他们每天都是一人独自在外,尽管我们加大了考核的力度,但是,由于制度不健全,管理方式不得当,对客户经理每天能否及时上班,在上班时间,能否满负荷运转,在客户服务中能否按标准服务,在市场调查中,能否根据要求开展真实调查,在政策宣传中,能否宣传到位等等,都不能正确掌握。使得部分会耍小聪明的客户经理处于管理“失控状态”。

笔者认为,加强客户经理的管理,确保客户经理职能履行到位,是烟草商业企业市场营销上水平的一个关键,必须引起足够的重视,并针对客户经理的工作特殊性,采取非常措施来加强客户经理的管理,从而使得客户经理的工作时刻处于有效掌控之中。

第一,加强客户经理的思想教育。思想是行动的先导。客户经理如果没有一定的职业道德意识,在工作中,就很有可能会放松对自己的管理,在履行职责时,很有可能会浮于表面,不求深入,不讲质量,能应付的则应付,能拖拉的则拖拉,在市场调查中弄虚作假,在政策宣传中疲于应付,在客户服务中蜻蜓点水,在有的甚至偷工减料,出工不出效。为此,一定要加强客户经理的职业道德教育。通过教育不断提升客户经理的职业道德素养,提升他



们的主人翁、责任感。但是,教育一定要注意方式、方法,不能只是简单地理论说教,一定要采取一些客户经理喜闻乐见的、客户经理容易接受的教育方式,使得客户经理从心底里认同我们的教育,认同我们企业的发展理念,从而视企业发展为己任,用先进的思想意识理念来指导自己的工作行为。

第二,健全客户经理的管理制度。制度是一切管理的基础和前提,也是加强员工行为约束,实现企业规范管理、标准管理,确保工作目标的实现的重要保障。因此,加强客户经理管理,一定要有一套严格规范的管理制度。制度要全面、规范,要健全一套完善的制度体系,将客户经理的每一项工作行为都置于制度的约束下,尽可能地将客户经理每一个时段的工作要点,工作规范都规划得具体详细,从而减少客户经理工作的随意性,逼着他们沿着企业规范好的工作路径和工作要求,认真、细致地履行好工作职责。

第三,创新客户经理的管理方式。

由于客户经理的工作地点不固定,给管理带来了一定的管理难度。对此,一定要针对客户经理的工作特性,采取不同一般的管理模式。比如说:对客户经理的考勤管理,可以采取客户电话考勤的办法。即,根据客户经理的走访流程,将客户经理每天服务的第一家客户予以固定。然后,采取每天打客户经理电话的第一户客户电话的办法,加强对客户经理的到班考勤。对客户经理的在岗考勤,可以采取随机拨打客户经理的电话,由客户经理用客户的电话回拨的办法进行。再比如说:对客户经理的服务客户质量、政策宣传的情况等考核,可以采取听客户、看客户的办法进行。所谓听客户就是听取客户对客户经理的工作的评价。看客户就是上门看客户卷烟经营情况等。此外,对客户经理的市场调查是否是真实调查,还是自己随意填写,可以采取反抽查的办法进行。总之,对客户经理的管理,只要出脑筋、想办法就一定能管理得当,管理到位。当然,在客

理的管理中,一定要尊重客户经理的人格,做到宽严相济,不能让客户经理产生我们对其不信任的意识。否则,就有可能打击客户经理的工作积极性。

第四,加强客户经理的绩效考核。考核是最好的指挥棒。为此,要学会通过考核,来加强客户经理的管理。笔者认为,考核除了对改造职责不到位的进行扣分外,更重要的是要对做得好的人员予以加分。因为,如果只是一味地扣分,有时不但起不到促进作用,反而会打击客户经理的工作积极性,为此,要采取适当加分办法,来充分调动客户经理的工作积极性,形成你追我赶的氛围。

总之,对于客户经理的管理水平如何,关系到卷烟网建水平的提升,关系到企业对外形象,关系到客我关系的紧密程度,只要深入实际,多听、多看、多思考,做到教育、制度、管理、监督并重,就一定管得好、管得住,为卷烟上水平提供坚实的人为基础。

对质量兴烟的思考

□ 卢同挥

随着行业新一轮的改革,逐步形成以“532”、“461”品牌为主导的中国卷烟知名品牌新格局,是行业提升整体竞争实力的必然要求。围绕这一品牌发展目标,品牌的成长性对企业发挥着越来越重要的作用。使自己的产品成为全国知名品牌,是每一位生产者和营销者都企盼的目标。而要使产品融入“532”、“461”品牌发展目标,不仅需要深厚的文化底蕴和优化

的资源配置,而且必须具备过硬的内外在质量。质量是提升品牌价值的核心和动力。

质量,首先应从原、辅材料抓起

烟草工业原辅材料质量的优劣,直接影响着产品质量的好坏和生产效率的提高。市场经济的发展,给卷烟工业带来了机遇,但也不可避免地造成了原辅材料的大幅涨价,这就要求企业必须更加注重产品质量,优化品牌结构,

提升品牌价值,把涨价因素带来的矛盾通过企业内部挖潜而消化。为此,采购人员一方面要提高驾驭市场的能力,在坚持烟草专卖体制前提下,多疏通采购渠道;另一方面要推进材料信用评价体系,做到货比三家、择优采购,把有限的资金用到刀刃上,以全新的思路和对策来保护和保证企业“名牌战略”的实施。物资管理部门要了解产品、工艺对原辅材料的技术标准,做到心中有数,避免盲目性。凡有利于提高产品内外质量的原、辅原料,只要价格合理就应当果断地采购,质量不合格的原、辅原料,虽然价格偏低,能从表面为企业节约一定开支,但会损害品牌的声誉,实际损失不可估量。

广泛开展技术攻关活动,增强全员质量意识

质量是企业的生命。过硬的产品质量才是企业制胜的法宝。企业必须广泛开展技术攻关活动,不断增强全员“质量兴烟”意识。企业是由人组成的,没有设备可以买,没有资金可以贷,没有人什么也干不了。因此,品牌要做大做强,就必须不断地对职工进行培训,提高员工的科技文化素质。解放思想,努力营造科学、严谨、宽容、开放的良好氛围。建立健全有效的考核评价体制,积极培养学科带头人,依靠科技进步,积极推进“卷烟质量上水

平”。

科技进步,不仅是调整卷烟制造企业经济结构、转变发展方式的重要支撑,而且是提升卷烟产品质量的重要手段和战略。目前,行业在立足自主创新,全面推动技术创新上水平的背景下,“卷烟减害”、“特色优质烟叶开发”、“卷烟增香保润”等新技术已被越来越多的同行所重视,产品的科技含量已成为新一轮品牌竞争的焦点。在提高产品质量方面,企业对每一道工序和每个工种都应有严密的管理制度,而且管理制度的执行不能有“情面”。

塑造名牌,不可忽视营销质量

实施“名牌战略”固然需要过硬的产品质量,而经营者的营销质量也至关重要,可以这样说,信得过的产品质量和成功的营销策略,是塑造知名品牌过程中的一对孪生兄弟,二者不可偏废。如果还停留在“酒香不怕巷子深”的观念上,这就可能使我们的产品竞争中败下阵来。知名品牌塑造于特定的群体中,只有通过工商双方的协同营销,精心呵护、培育,才能厚积薄发,发挥其可持续发展的能力。因此在认真规范零售客户订单采集工作的同时,必须更加注重科学、细致地研究市场,使产品在投放区域、宣传促销以及售后服务等方面做到有的放矢。