

烟草营销应当重视受众细分

□ 何跃军

源于职业上的敏感,每次出差都会稍微观察下某些地方的烟草产品,不时会发现这样一个现象,有时候,某些品牌的烟越是提价,其销量越是获得提升,而越是降价,其销量越难以打开,基于对这个现象的思考,笔者从烟草产品的受众角度进行简单的分析,期待能够对当前处于发展困境的烟草行业有所助益。

细分目标受众 是烟草营销成功的前提

实际上,烟草行业在营销过程中早就存在受众意识,虽然这种意识未曾被清晰地提出,但这一意识却在发挥非常实效的作用。几乎每一个烟草行业的管理者与营销人员都在思考如何在市场上发挥自己的优势,拓展生存和发展的空间。面对当前买方市场的逐步形成、国家政策调控的不断深化,烟草行业必须不断进行市场化的经营才能获得更多认同。受众市场细分是烟草行业市场化取得成功的前提和关键。不过,受众市场细分是属于烟草行业微观层面上的营销范畴,我国的烟草行业从“跑马圈地”式的规模扩张到有限市场份额下的“精耕细作”的演变是在逐步发生,如今,

受众市场细分已经成为烟草行业进一步生存和发展的关键,早已经超出了营销范畴的意义。它是烟草行业贯彻市场本位和市场导向的合乎逻辑的产物,也是烟草行业经营行为的出发点和立足点。

目前烟草行业的生存环境不容乐观,一是要面临日益激烈的市场竞争,受众可能大量分流,二是健康意识的不断提升,受众可能大量消失,三是国家政策调控,潜在受众将不断减少。在这样的情况下,通过受众细分进行市场开发,一方面可以更加准确地发现受众的差异化需求,便于更好地把握市场机会,另一方面通过在该细分市场上竞争实力的展示和市场占有率的提高,充分发挥自己的优势,可以为生存和发展开拓空间。

某些烟草产品在销量上的失败,从受众角度而言,是其目标受众的严重同质化——都以普通大众市民作为营销对象,没有进行差异化的受众选择,同时在产品的宣传与推广上也远不能与已有产品相比,无法吸引市民的兴趣。一个简单的例子,当前电视节目纷纷改版,实际上就是为了满足一个多元化的受众需求。

烟草产业的结构调整过程实际上就是对受众市场不断细化和深入挖掘的一个过程,是在不断精细化市场和满足市场需求中形成的。因此,

重视细分目标受众是烟草营销成功的前提。

烟草营销实现 “目标受众细分”的应对策略

重视市场调研。为了发现市场机会,拓展生存空间,维持烟草产品特殊受众群体的忠诚度并最大限度地开发潜在受众群体,烟草行业应当居安思危,定期或不定期地对受众进行访谈或意见收集,听取各方面的观点,及时进行产品更新和提升,扩大在受众群体中的影响力。这就要求烟草行业重视市场调研在锁定目标市场及随后持续观察受众群体消费特征的重要性,据此调整经营策略,从而形成在受众市场的核心竞争力。

目前烟草行业的市场化行为尚不完全成熟,基于受众分析的市场调研长期以来也没有获得相应重视,而处于转型时期的社会变化也使得受众的思想观念、生活方式、消费观念和消费需求等方面不断发生变动,这在客观上造成了对受众市场的细分只能基于地方区域特征或人口特性等易量度的静态统计变量,而依赖于这些静态统计变量有时是难以把握市场,因此运用多种变量,比如社会阶层、生活方式、个性特征、购买时机、使用状况等诸多动态变量来细分

市场已经成为一个重要的步骤,这种受众市场细分模式已经出现了从平面向立体过渡,从静态分析到动态分析过渡,从单一角度向全方位多角度分析过渡的趋势。

区分不同层次的受众群体。烟草行业要善于发现不同受众群体之间的差异化需求,根据自身条件和特点进行创新化的产品设置,以便于在一定范围和目标内满足一份人的需求,一种产品,可能在一时会因为新鲜而出现购买热潮,但如果没有弄清自己的受众是谁,那么这种产品决不能稳定且长期地在市场竞争中处于优势。

根据受众所处的社会阶层,自身的文化素养和日常消费能力的差异可将烟草市场区分为大众市场和高端市场,烟草行业在发展历程的经验证明,对于高端市场的划分如今已经成为支撑烟草行业发展的重要命脉。而在一个逐步发展走向区域化和统一化市场的过程中,更是有足够多的机会进行烟草产品的整合,此时的整合,就必须更加重视受众的细分。

改革开放至今,社会各阶层不断分化,不同群体之间的贫富差距也逐渐显露出来,大量中低收入阶层依然存在,而一些高学历、高收入、高职位的“三高消费者”也在各大城市出现,因此锁定高端人群,瞄准高端市场,提升高端品质,应当成为烟草市场的

一个发展重点。

寻求受众的差异化需求,开发新产品。目前烟草行业面对的受众需求依然是一种“同类”的需求,这一同类型的需求固然有利于烟草行业的营销应对,但必须说明的是,烟草行业由此也缺乏一种应对受众市场的“个性”需求,曾几何时,“特供烟”成为一种“传说”,如今,针对某些高端需求,是否也可以有这种市场的细分,这值得深入的探讨。

按照受众市场的“个性”需求进行定制服务,在目前或许还不需要,也难以进行,但是在可以预见的未来,这种“个性”服务将可能占据相当重要的营销地位,烟草行业应当注重从“我提供的产品中选择你的需要”的卖方市场策略逐步转变为“你需要什么,我就给你什么”的买方市场策略,这种转变,在当前的市场竞争中已经成为一种发展趋势,只是目前基于烟草行业的某种特殊地位,还不是很明显,但无疑在未来的竞争中,及时地发生转变将更加有利于拓展生存和发展的空间。

受众市场细分是烟草行业明确市场目标,进行市场定位最为重要的因素,有助于烟草行业发现市场机会,提高烟草行业的核心竞争力,从而在越来越不容乐观的生存环境中谋得可持续发展的机会。

客户经理 销售低焦卷烟 做到“四勤快”

□ 暴英杰

随着行业实施“卷烟上水平”目标任务步伐的加快,低焦油卷烟产品开发和和市场销售工作发展迅速。为此,国家局领导要求,要加强低焦低害产品市场培育和引导工作,为低焦低害品牌发展创造更加良好的市场环境。那么,客户经理主要应该做好哪些工作呢?笔者根据有关要求,认为客户经理销售低焦油卷烟要做到“四勤快”。

一是在积累品牌资料上要勤快。近年来,特别是2010年行业实施“减焦降害”战略以来,低焦油卷烟产品开发的进度特别快。在这样的形势里,希望哪家工业企业、哪个职能部门为我们提供完整的品牌资料,都是做不到的。因此,必须依靠我们平日里的勤快,通过行业多种信息渠道跟踪、跟上其发展动态,尤其对市场上热销的品牌,比如,“中南海(8毫克)”、“红双喜(8毫克)”、“长白山(软红)”、“都宝(纯和)”、“长白山(东方神韵)”、“云烟(5毫克印象)”等等,都要及时搜集和积累其相关资料。

二是在了解品牌优势上要勤快。品牌资料掌握得多了,也就变成了客户经理的业务优势。这其中,要使这方面优势发挥作用,就要通过分类整理有关资料,熟练掌握所经营卷烟品牌优势和不足,以随时向零售户宣传。有些信息最好不用查找、张口就来。比如,说到上海的“红双喜”品牌,马上联想到该品牌从1981年起成为上海市优质品牌,到2001年起成为行业36个“名优烟”品牌之一,2005年成为行业“百牌号”品牌之一,2008年成为行业“前20”重点骨干品牌之一。这种勤快的意义,既可以帮助零售户了解品牌,也可以增强零售户的销售信心。

三是在熟悉业户情况上要勤快。这里说的业户情况可以包括三种信息:第一种是地理位置。即所负责辖区人口状况、地理环境、消费层次、消费特点、市场状况等市场情况;第二种信息是服务能力。即零售户的文化水平、与消费者的沟通能力、对卷烟产品管理方式等等;第三种信息是消费群体的特点。从这些信息中才能打牢精准营销基础。第四种是业户管理规律。包括所服务客户卷烟经营结构、品牌数量、客流量、畅销滞销品种、经营规范及其他卷烟经营情况等等。在这方面勤快的意义在于:可以建议供货决策部门和决策者选购低焦油品种类别与数量,还可以有助于实现客户管理规范到位、服务指导到位、营销互动到位、客户关系到位的工作目标。

四是在落实拜访要求上要勤快。实践证明,无论多好的管理制度,都不可能规定的那么准确具体。客户经理拜访业户的制度和一样,仍然有许多可以补充、可以发挥、可以创新的空间。这就需要客户经理通过勤快——勤于思考、勤于实践、勤于完善,用自己的责任心和智慧落实好拜访业户的制度。比如,可以帮助业户从法律、市场营销等角度重视所经营的品牌信息,使“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利”得以落实。消费者在“要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服务的内容、规格、费用等有关情况”时,业户不至于无言以对。再比如,还可以帮助业户把低焦油卷烟品牌摆放在醒目的位置上,为消费者提供方便。

“四勤快”的过程,就是把客户经理对低焦油卷烟品牌的热情转化到服务业户上来。其本质是服务水平提升的过程,是把“两个至上”行业共同价值观落实到客户经理岗位上过程。因此,值得客户经理在实践中运用,并通过不断总结使之深化和升华,以创造和更替低焦油卷烟销售服务新模式。

加强品牌市场调研 持续稳定赢得市场

□ 肖玮

随着行业内品牌竞争的进一步加剧,在“双十五”引领发展的大格局中,大品牌之间激烈竞争,弱势品牌寻求突破,在有限的市场空间内纷纷为提升自己的市场份额而全力以赴。激烈的竞争,带来的是变幻复杂的市场环境,如何能够把握先机,赢得市场,各大卷烟品牌在重视市场营销工作中,把加强市场调研工作作为重要内容来抓,通过市场调研工作水平的提升来更加准确把握市场、制定策略、研发产品,不断赢得消费青睐,不断巩固和保持竞争优势,提升整体的营销工作水平,为品牌的大发展“守土开疆”。

要充分认识到市场调研 对品牌营销的重要性

市场调研的重要性体现在方方面面,贯穿于营销的各个环节之中,笔者认为,其巨大的作用集中体现在“给决策者提供有效信息,帮助企业认识营销机会和营销问题,并做出反应”,其重要作用可以概括为三个方面:一是管理者要了解品牌市场情况的重要信息源。一个品牌在市场上的情况到底如何,竞争态势、自身优劣、消费者反应、品牌知名度和美誉度如何、存在问题和市场中的发展机会,等等,这些信息的来源是管理者全面把握品牌营销的核心内容,市场调研就是准确提供这些信息的一个主要载体。管理者要了解品牌的市场情况,不能简单地通过看报表、听汇报就能掌握,而是要有科学的市场调研工作作支撑,才能真正了解市场,找出不足,发现机会,为有针对性的开展工作提供信息。二是制定营销策略的重要依据。品牌的相关的市场信息和情况收集上来了,有了反馈,这只是市场调研工作的第一步——信息收集,接下来更重要的是透过现象看本质,通过数据分析问题,针对问题提出建议。市场调研工作的核心内容就是科学的信息分析和梳理,总结出一些实质性的东西,并对问题的解决提出操作性的建议和意见,为营销策略决策提供重要的依据,帮助决策者作出制定出正确的营销策略。三是研发新品、开拓新市场的重要参考。市场调研工作的基础之上,制定出科学的营销战略战术。因此,加强市场调研工作,应该成为深化营销工作,提升营销水平的一项重要内容。

态,比如产品的质量如何、消费者对品吸和包装的意见、产品的设计建议、消费者对产品的期望,等等这些产品信息,把这些信息反馈到生产中去,为企业研发适应市场需求的新品提供参考,通过对市场的情况把握有助于避免一些错误或者问题,进一步提高开拓新市场的能力。

要科学把握市场调研工作 促进工作水平提升

市场调研工作在品牌营销中如此重要,那么如何有效地开展此项工作呢?笔者认为,科学把握市场调研工作,关键在于把握市场调研的“三性”特征,即:前瞻性、针对性、真实性。只有市场调研工作做到了这“三性”,才能发挥其巨大的作用,促进市场调研工作上水平。一是要努力把握前瞻性。市场调研工作不仅仅是对现实情况的了解,更重要的是通过对现状的了解提出可行性、具有发展性的意见和建议,其工作要有前瞻性直接影响到品牌下一步决策的方向,因此对市场调研工作要在全面把握现状的情况下,发现机遇,判断形势,提升其对未来发展的方向把握力,通过总结和分析,提出具有前瞻性的思路建议,为品牌的发展赢得先机。二是要提高针对性。市场调研工作不能搞“一网打尽”,不要搞“乱炖”,什么都去收集,什么都囊括进来,多而杂,往往会造成市场调研无法提供有益的信息和措施。要多搞专题式的专业调研,针对不同的情况开展调研,在全局把握的情况下,深入调研,发掘方方面面的东西,“挖深、挖透”,只有这样有针对性的开展市场调研,才能做到“有的放矢”,问题把握准、分析到位、措施得当。三是要坚持真实性。这是市场调研工作的根本性原则。没有真实性,就没有科学的判断和决策。开展市场调研工作,不能夹杂自身的主观意见,要做到客观真实,对调研中收集的情况也要“存真去伪”,为后续的工作提供根本性的保障。

行业纪检监察部门 如何更好地发挥服务保障作用

□ 邹海莉

如何发挥纪检监察部门职能作用,是加强党的执政能力建设的一个重要课题。因此要把纪检监察工作放到大局中来把握,紧紧围绕大局履行纪检监察部门的职能,更好地服务大局、保障大局。那么如何发挥烟草行业纪检监察部门的职能作用,更好地服务于烟草行业发展的全局,推进和谐烟草建设呢?笔者认为做好以下几个方面十分重要:

围绕中心、服务大局,为行业持续健康和谐发展提供“四个纪律保证”

纪检监察工作必须自觉服从于、服务于企业改革和发展这个中心,应该始终把为公司政令畅通、为坚持专卖制度、为深化企业改革、为维护“两个至上”提供有力的纪律保证作为工作的立足点和出发点。

一要严明纪律,为政令畅通提供纪律保证。纪检监察部门要加强对贯彻执行党的路线方针政策和国家法律法规情况的监督检查,保证党的路线方针政策贯彻执行,确保政令畅通,令行禁止。

二要严肃执纪,为坚持专卖制度提供纪律保证。纪检监察部门要配合专卖管理的执法监察,要与专卖部门加强协调,落实办案程序,强化监督指导,切实维护行业形象,维护专卖制度的权威性。

三要优化环境,为深化企业改革提供纪律保证。紧紧围绕上级重大改革措施和重要决策开展监督检查,适应现代企业制度要求,着力解决妨碍改革和发展的突出问题,为行业持续健康和谐发展创造良好的环境。

四要严格自律,为维护“两个至上”行业共同价值观提供纪律保证。纪检监察部门要通过查办“两烟”生产经营中的违纪违法案件,通过参与加强行业内部管理监督工作,维护国家利益和消费者利益。

突出重点、全面推进,切实加强 对重点环节和重点部位的监督检查

烟草行业要从专卖专营的实际出发,进一步完善“以规范‘两烟’生产经营为基础,以加强财务审计监督为关键,以领导干部为重点,以纪检监察再监督为保障”机制,加强行业内部管理监督工作基本格局,着力解决存在的突出问题。

一是全面开展专卖管理监督和专项审计管理工作。认真落实加强



内部监管的各项措施,及时发现问题、解决问题。进一步规范“两烟”生产经营和财务管理,强化对重大基建项目、大宗物资采购、宣传促销等工作的审计监督,严肃纪律,坚决制止和纠正各种违法违规行为。

二是加强对干部选拔任用工作的监督检查。严格按照规定程序选拔任用干部,不断深化人事制度改革,形成公开、公平、竞争、择优的用人机制,要坚持任人唯贤的干部路线,真正把德才兼备的人才安排到重要岗位,营造一个公开、公平、公正的选人用人环境。

三是坚持权为民所用,强化权力制约监督。要加大对领导干部尤其是主要领导监督的力度,加强对权力运行的制约,完善决策监督机制。鉴于烟草行业的特殊性,为更好地解决“注重自律”这一重大课题,要积极开展同级监督和日常监督工作,为规范生产经营和财务管理奠定良好基础;要通过完善纪检监察机构体制机制,充分发挥纪检监察机构再监督的职能;要大力推行政务公开、企务公开,公开办事程序,公开办事结果,充分发挥群众的监督作用,切实做到监督关口前移,加强事前和事中监督,做到防微杜渐。

加强管理、提高素质,为推进和 谐社会建设提供人力保障

切实加强纪检监察干部队伍建设,不断提高纪检监察干部队伍的素质和能力是适应新形势的需要,因此要按照“政治坚定、公正清廉、纪律严明、业务精通、作风优良”的要求,加强对纪检监察干部队伍的自身建设。

一要切实加强思想建设。要以“做党的忠诚卫士,当群众的贴心人”的思想教育纪检监察干部牢固树立正确的世界观,不断强化全局

观念、法制观念,提高严格依法执纪、依法办案、依法正确履行纪检监察职能的自觉性,树立纪检监察机关依纪依法办案的良好形象。

二要努力提高工作效能。纪检监察部门要规范纪检监察工作的业务流程,明确各个岗位的工作目标和责任,提高科学管理水平,建立健全机关内部谈话制度、诫勉制度、行为规范、重大事项报告等制度,用制度规范纪检监察干部的行为。要围绕中心工作,推动各项工作的落实,要带头遵纪守法,严格执行纪律,努力建设一支“公正清廉、纪律严明、业务精通、作风优良”的纪检监察队伍。

三要健全干部激励约束机制。要建立健全科学合理的干部考核评价机制和奖惩机制。严把“入口关”,录用干部坚持“凡进必考”,注意选调党性强、综合素质好的人才,并大力推进干部队伍专业化建设。强化内部约束机制,严明纪检监察机关工作纪律,建立健全内部监督制约机制,并认真贯彻执行,对内部出现的严重违纪违法问题必须严肃处理。

四要加强作风建设。教育和引导广大纪检监察干部发扬坚持原则、拼搏进取、淡泊名利、积极上进、乐于奉献的精神,勤奋工作,恪尽职守。要转变作风,深入基层,深入实际,加强调查研究,进一步提高组织协调能力。

围绕中心服务大局,是一项系统工程,纪检监察部门必须摆正位置,紧扣本行业、本单位的实际,积极主动地开展监督服务活动,在加强烟草行业内部管理监督中,充分发挥纪检监察部门监督检查作用,把围绕中心服务大局作为工作的出发点和落脚点,找准切入点,抓住着力点,才能更好地发挥服务保障作用。