

透析卷烟工业企业全员营销

□ 徐荣旺

在当今卷烟品牌缺乏更好的宣传媒介之时,全员营销这一领域越显得十分重要。全员营销的开展有利于卷烟工业企业贴近市场,更加能关注产品质量与市场需求,有利于其营造为卷烟品牌发展做贡献的氛围,深化卷烟品牌口碑传播,有利于其利用人力资源扎实做好终端建设,搞好各类市场开发,提升整个工业系统营销水平,有利于其利用当地资源开发高端客户,提升卷烟品牌的美誉度和忠诚度,有利于其与所辖地区商业公司加强工商协同,提升整个区域的卷烟品牌销售。正因为这样,许多卷烟工业企业非常注重加大全员营销工作的推动力度。

透析一些卷烟工业企业部分全员营销做法

红塔集团以“玉溪(庄园)”为核心开展全员营销工作,要求每一位员工都成为“玉溪(庄园)”的宣传员,特别要抓住“有了‘玉溪(庄园)’,中国才有第一包有机烟”、“庄园是一种标准,是一种精神追求”的特点进行宣传。每一名职工都必须承担起对外宣传10个人的义务,以一带十,动员所有的力量为“玉溪(庄园)”做好宣传。红塔集团紧紧抓住员工人数众多,口口相传的优势,将“玉溪(庄园)”作为口碑传播的着力点,这是一个非常好的营销方法,但真正效果如何还需要一个检验过程,但终究是开了好头,长期不懈努力,慢慢地量变会引发质变。

红河红河集团3月9日召开2012年全员营销工作大会,会上宣读了《关于所属卷烟厂及控股卷烟生产公司营销绩效考核办法》,集团分别与集团所属卷烟厂及控股卷烟生产公司签订了

2012年《经济责任状》,会议要求,各厂始终坚持全员营销的工作方向不动摇,正确抉择,找准自身的定位,充分整合利用好资源,发挥优势,明确职责,各职能部门之间充分沟通协调、团结协作,对产品精雕细刻、对市场精耕细作,通过优质、安全、高效的工作,形成发展合力,抓住机遇培育智慧营销的工作方式和高层次营销的工作理念。红云红河集团从绩效考核、职责、沟通以及工作的高层次对全员营销提出了新要求,这充分表明集团经过几年的全员营销工作实践,寻找到了本身所需解决的关键所在。现在的问题在于其各卷烟厂在实际执行中的决心、耐心和开拓心够不够,全员营销市场运作水平高不高了,有没有因地制宜的创新。

山东中烟主推“大营销”,提出“我们都是泰山”理念,由下属4家烟厂负责驻地区域市场营销工作,对营销中心负责,并接受其指导、管理和监督;同时对营销职能和营销队伍进行微调,营销中心总体定位和管理体制不变,仍为营销工作第一责任部门。公司成立大营销工作领导小组和推进办公室,要求按照“八个调整”和“六个不变”的要求,从思想、机制、政策、渠道、服务等方面盘活工厂资源,发挥厂长优势,形成四中心联动,各部门配合,同唱一台戏的营销工作合力。山东中烟从内部机构及市场运作职责等方面进行划分,主要是将各厂变成二级营销部门,这种做法切中的是卷烟厂在当地的人力资源和人脉资源,具有很好的推动性,但需要指出的是,全员营销不是简单地将卷烟营销工作打包给下属烟厂,更重要的是要通过氛围营造、业绩考核等,发动下属烟厂所有员工利用一切可能为卷烟品牌做事,逐渐地形成整体力量。

全员营销发展方向探讨

从当前来看,许多卷烟工业企业主要还是看中其下属卷烟厂在当地的资源优势,偏向于直接将卷烟营销工作职责落实到卷烟厂,着重于工商协同、市场维护及开拓、宣传促销等方面的深化。在多年的全员营销推行中,一些企业很快发现,下属卷烟厂与企业本部的沟通协同、全员营销的工作内容、工作方法以及对卷烟品牌的整体促进等方面存在着很多不协调的地方,更进一步说,看到了全员营销的潜力,有心做好,但还是没有获得更大的能量释放。问题到底在哪里?归根结底还是在于对全员营销内涵认识的问题。我们往往更喜欢看到直接的效果,所以也就偏向于营销任务的分派。笔者认为有三个方面需要深化认识:

一是开展全员营销是为了什么?是为了让下属烟厂负责或分担当地的卷烟营销工作吗?这还远远不够。笔者认为,省级中烟工业公司开展全员营销是要将下属烟厂的经营理念进行转变,要让公司各部门、各卷烟厂以市场为导向,以卷烟品牌为核心,升级优化内部组织,生产更能适应市场的优质卷烟产品,降低运营成本,树立人为人为卷烟品牌发展的全员意识,通过人为人为卷烟品牌的实际行动来推动企业的发展,归根结底一句,就是要有创造性地建设自己的现代企业管理制度,这是全员营销最关键的出发点。

二是全员营销要明确层次性上的需求,要营造良好的全员营销意识氛围。全员营销一方面要全体员工从本身岗位出发,树立为卷烟品牌事事营销、时时营销、处处营销的意识,做好为卷烟营销的服务工作;另一方面要各卷烟厂发挥在当地的优势,在卷烟

品牌属地营销方面有大作为。要从这两方面需求分清其内在联系及区别,营造全局性的全员营销意识氛围,可激发员工的主动意识,增强其为卷烟品牌和企业潜移默化地服务的使命感,是卷烟品牌口碑宣传最好的源泉,是卷烟品牌获得外部尊重的一大秘诀。各卷烟厂在当地做大做强卷烟品牌,反过来也有利于提升企业内部员工的优越感。

三是内部组织结构的设计及考核激励等创新是推动全员营销有力推手。笔者接触过一些卷烟厂从事全员营销的人员,他们有想做好全员营销工作的意愿,可往往在工作中责任心不强,创新不够。从大环境上看由于卷烟厂主要还是生产,高层领导虽然重视全员营销工作,工作的注重点还在于生产,潜在影响还是较大的,同时对全员营销人员的晋升渠道还是不够拓宽。从思想环境上看,全员营销理念在近几年才受到卷烟工业企业的重视,其推广的时间不长,员工全员营销意识的形成和上升还有一个时间过程。笔者认为,省级中烟工业公司需进一步优化企业内部组织设置,明确公司市场营销中心为营销主体,设立独立的公司全员营销办,作为一个固定的常设机构,专职全员营销管理工作,这样更能有系统性;同时在对下属各卷烟厂及公司各部门全员营销工作考核激励方面,主导以激励为主,卷烟品牌销售业绩为辅的考核方式,将各卷烟厂的产品质量、内部全员营销(主要是全员营销氛围营造措施)、市场终端维护、高端开发、工商协同、宣传促销、市场开拓等方面按不同的权重列入考核范围,并设立多项单项成果奖励,注重过程考核,重奖多奖。这样一来,也就透过组织结构设计及考核激励有效地增加各厂及各部门压力,加快全员营销深化进程。

烟草商业企业怎样做好行政执法案卷评审工作

□ 邹海莉

为进一步提升专卖执法人员办案能力,提高案件审理和卷宗制作的质量,加强对烟草专卖行政执法案卷的规范化、合法化、制度化的管理,做好行政执法案卷评审工作显得尤为重要,下面笔者就如何做好行政执法案卷评审工作浅谈几点意见和建议。

开展行政执法案卷评审工作的目的和意义

行政执法案卷是由反映行政执法实施过程与结果的各种文书和证据组合而成的,它是执法行为的客观记录,也是执法人员的法律意识、法律素质、政策水平和业务能力的具体体现,是实施行政执法过程的真实反映。行政执法案卷评审不仅是对法律文书及案卷管理的审查,也是对办案质量的检验。开展行政执法案卷评审的目的,是为了促进行政执法行为更规范、程序更合法、处罚更合理,切实维护公民、法人和其他组织的合法权益。在案卷评审中,我们可以通过审查法律文书的制作、使用情况,来检查执法过程中存在的问题,发现问题并予以纠正,可以推动执法文书归档工作的标准化和统一化,从而促进行政执法案卷的规范化。因此,行政执法案卷评审工作对规范和监督行政执法行为有着十分重要的意义。

行政执法案卷中常见的问题

文书制作不够规范。有些文书填写不够规范,有漏项或填写不清楚,案卷材料不完整;有些案卷没有调查终结报告,或者结案报告内容不充分,基本情况和案情叙述不清;有的没有领导签批意见。

案卷制作标准不统一。由于缺乏统一的标准,行政执法文书和材料归档五花八门,导致行政执法案卷的质量良莠不齐。具体表现为有些案卷装订不符合规范,存在页面大小不统一、卷宗编号、文书排列不规范、或未使用统一规范的卷宗封面。

涉案证据不够充分。有些案件现场检查(勘验)笔录文字表述不准确、不完整,字迹潦草,未准确认定违法事实发生的时间、地点、涉嫌违法卷烟数量、品牌。有些证据复印件来源不清楚,未标明出处、取证时间,或者未在复印件上注明与原件核对无异等字样。

行政执法案卷评审工作的有效途径

由于在行政执法案卷中存在以上问题,这些问题的存在势必影响行政执法案卷的质量,因此采取

积极有效的方式对行政执法案卷进行评审显得十分必要。

狠抓组织领导。行政执法案卷是行政执法办案的记录,反映着执法办案的质量和执法人员的素质,抓依法行政就必须抓案卷评审,抓好了案卷评审就抓住了全面推进依法行政工作的“突破口”。因此,要成立案卷评审工作领导小组,切实加强组织领导,领导小组要负责对行政执法工作进行指导和监督检查,自觉将案卷评审工作摆上重要议事日程,使案卷评审工作有领导、有机构管,有专人负责。

狠抓执法队伍建设。执法人员的素质高低直接关系到行政执法水平和质量,各执法部门应该把执法队伍建设作为全面推进依法行政的根本措施来抓,要以提高执法队伍的整体素质为突破口来促进执法水平的提高。首先,要严把进人关,通过公开招考,选拔、录用执法人员,努力建设一支思想素质、法律素质、业务素质过硬的执法队伍,严格执行执法人员资格制度。其次,要建立执法人员培训、考核、奖惩等制度,真正建立起一支纪律严明、清正廉洁、作风过硬、素质一流的执法队伍。

严把案卷评审标准。严格按照《行政处罚法》、《烟草专卖行政处罚程序规定》等法律法规和规章要求,结合工作实际,将评审内容和标准按案件办理过程分为立案、调查取证、审查决定、送达和执行、案卷归档等五个阶段进行量化分解,制定好统一、规范、科学、合理的案卷评审标准,以执法主体和权限、事实与证据、法律适用、程序、文书制作为重点进行评审,确保整个行政执法案卷事实清楚、证据确凿、定性准确、程序合法、处罚恰当、适用法律法规正确、材料完备、装订规范。

狠抓评审结果反馈与整改。评审结果反馈是案卷评审工作的重要环节,也是有效事后整改的前提。我们在进行案卷评审结果反馈工作时,一定要做到“一卷一反馈”的形式,及时向被评审部门反馈具体案卷的评审意见。针对评审中发现的问题,及时进行梳理汇总,认真分析问题产生的原因,并提出指导性的建议,研究制定整改措施,明确整改内容、整改责任人、整改期限,将整改贯穿于案卷评审活动的始终,以帮助被评审部门及时进行有针对性的整改和规范。

总之,要全面做好行政执法案卷评审工作,就要不断总结行政执法工作经验,保障规范要求执行,强化专卖执法人员业务技能的培养和引导,不断提升案卷制作水平,只有这样才能使行政执法案卷评审工作上水平。

日常工作中应如何管理新增零售客户

□ 张峰云

作为一名基层市场管理员,笔者在日常下乡走访及市场检查的过程中,发现部分新增零售客户(以下简称新增户)会存在违法违规经烟行为及未亮证经营等问题,新增户的日常管理也成为了笔者日常工作中的重要内容。那么如何才能对新增户进行有效管理,防止他们出现违法违规经烟行为呢?笔者结合日常工作的实际情况,

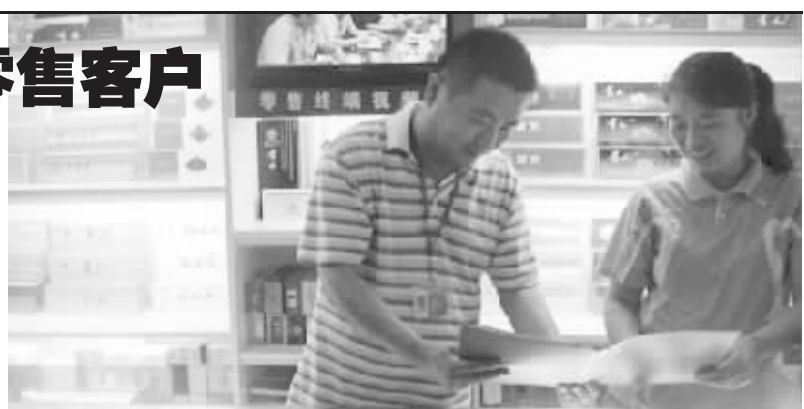
一是做好事先宣传告知。在新增户申请办理烟草专卖零售许可证时,烟草专卖管理部门应提前做好烟草专卖相关法律法规的宣传,告知新增户取得烟草专卖零售许可证后在日常经营中应该注意的相关经营事项,提前

打上“预防针”,增强新增户的“免疫力”,使其树立“售烟要持证、持证要守法”卷烟经营意识。

首先,在许可证勘查环节,市场管理员应告知其在许可证取得后应严格遵守许可证管理办法规定,不得随意改变经营地址、出租、出借及其他形式非法转让许可证。其次,在许可证送达环节市场管理员应再次重申日常经营中必须遵守的相关规定及注意事项,要求他们应时刻坚守卷烟购进渠道,严禁购进、销售假、私、非卷烟,进一步巩固新增户的守法经烟意识。

二是上门进行宣传教育。在新增户领取许可证开始营业的三个月内,烟草专卖管理部门应对新增户加强日常法律法规宣传力度,增强新增户的守法经烟意识及自律经营意识。

应以日常下乡走访及市场检查等手段为有效载体,上门对新增户进行法律法规的宣传教育,通过摆事实、讲道理等方式,向新增户阐明守法经营卷烟的必要性和重要性,同时,通过宣传违法违规经营案例和守法经烟典



型,使两者形成鲜明的差异对比,让新增户更直观形象的了解守法经烟户的益处及违法违规经烟的坏处,使其知晓违法违规经烟将付出的相关代价及对日常经营的影响,从而牢固树立诚信经营、守法经烟的意识,积极引导新增户走上守法经烟之路。

三是加强后续监管力度。在新增户取得许可证后,专卖管理部门应加强对其的后续监管。在加强市场检查的同时,也要对许可证的日常使用情况进行监管。

首先,专卖管理部门应重点检查

新增户日常的经营活动是否遵守了烟草专卖相关法律法规的规定,检查是否存在违法违规经烟行为。对多次违法、严重违法的新增户,要加大市场检查力度及后续处罚力度,严厉打击新增违法户的违法违规经烟行为。其次,各市场管理员应及时关注新增户许可证的使用情况,检查其是否亮证经营,是否按许可证核定的地址经营、是否人证相符,严防出现异地经营及非法转让许可证的行为,及时对发现的问题加以制止、查处,责令新增户及时改正。

提高农村电子结算率的“1+X”思考

□ 游二平

随着行业发展方式的逐步转变,国家局在网建工作过程中明确提出“电话订货、网上配货、电子结算、现代物流”的现代发展模式,为进一步提升网建水平,全国烟草商业企业都已逐步推开“电子结算”这一全新的结算方式。作为新时代的营销人员,已初步感受到这种高效、快捷的结算方式已慢慢深入人心。“电子结算”作为网建工作的一个重心,对提高网建水平和经济运行质量有着重要的意义,但是在实际运行过程中,目前农村地区零售客户电子结算率还普遍偏低,即使已经实行电子结算的农村客户,其电子结算优势并未得到明显程度上的发挥。对此,笔者结合自身工作实际,就如何提高农村地区零售客户电子结算率作简要的思考。

农村地区零售客户实行电子结算面临的不利因素

农村结算网点少,交通不便利。从网点分布上来看,一些村镇还没有

银行网点,导致零售商很难及时存款。有邮政银行或农村信用社的乡镇,也因为银行规模小,窗口少,办理业务等待时间长,农村零售户往往浪费大量时间在等待办理业务上,使得电子付款这种原本方便快捷的方式成为了一种累赘,从而放弃了电子付款。

部分农村零售客户的金融知识欠缺,电子结算意愿较低。由于零售户的文化水平较低,对于新生事物特别是信息化等概念很难迅速加以接受,对于他们而言,银行存取款的程序相对繁琐,传统观念让他们更倾向于一手交钱,一手交货的传统模式,而不情愿使用电子结算。

电子结算实际运行过程存在弊端,电子结算成功率明显减低。即使使用电子结算的零售户,经常由于订单员在报货款金额时太过于详细,使零售户在存款时对自己的账户余额产生麻痹心理,在存款时少存货款零头的现象,直接导致因为存款数额不足,有时候仅仅几元钱的差额,导致电子结算失败;特别是农村地区的

零售户,由于店铺规模较小,周转资金少,往往需要回到银行重新取款转为现金支付,或者东奔西走借钱支付,从而对电子结算产生了抵触的心理。

结算透明度不高,客户对结算过程存在疑虑。一些资金较为充裕的农村零售客户,他们为了方便可能一次存了相对足够的现金,但经过几次扣款后,大部分零售户并不清楚自己银行账户上还有多少资金,一旦预存的金额不足而又未及时补存,势必造成扣款不成功。还有部分零售客户,却担心银行的扣款金额是否准确,特别是一些中老年客户对于当日电访,次日扣款,隔日送货总有些不太放心。

提高农村零售客户电子结算率需要加强的几个方面

针对以上存在的问题,笔者认为要全面推广农村地区电子结算,让零售客户接受电子结算需要一个渐进的过程,要结合零售客户实际,正确引导,循序渐进,逐步推广。具体要做好以下几方面的工作:

一是因地制宜,合理选择合作银行。对于农村电子结算的推广,选择合作银行应该切合实际,要综合考虑零售客户各方面情况,尽量使客户在整体上最为方便、满意。可以采取“1+X”的方式,选择一家网点多、遍布广并且可以信赖的银行为主要合作伙伴,其它多家银行为补充,充分利用烟草企业作为银行大客户的优势,提出自己合理的要求。例如在烟草公司的订货日,特别增开服务缴费窗口,方便烟草零售户存款服务,这不仅可以极大地提高效率,而且可以增加零售户的效能满足感,俗称“有面子”。

二是加强自身学习,加大宣传引导。要提高电子结算率,客户经理首先要加强自身的学习,掌握相关的金融知识,并熟悉电子结算的流程,当遇到零售户提出关于电子扣款方面的问题时,就可以流利地做出解答,让他们感觉这种结算方式是可靠的,不会发生错误,从而打消客户心中的顾虑。二要采取分片区、分批次向客户介绍实行电子结算的益处和趋势,邀请银行的专业人员现场为客户解说交

易过程,告知查询余额方法,并就客户困难、疑虑进行一一解答。

三是优化订单工作流程,减少非主观因素电子结算不成功。订单部门对客户报货金额环节作适度调整,寻找可以提高电子结算成功率的方法,优化业务流程,克服以往向客户通告所订卷烟以元为单位的具体金额的方式。例如可以改之以50元为最低单位,不足50元的余额按50元记,鼓励零售户在不影响自己经营管理的情况下适当多存一些结算款,从而提高扣款成功率等。

四是以利益作导向,提高客户参与电子结算积极性。客户经营的目的就是盈利,要是能让他们尽量多得到实惠,那就减少了推广的难度。因此我们要建立有针对性的奖励机制,提高客户的积极性。一方面可以利用掌握货源这个优势,对电子结算率高的客户实行紧俏货源倾斜。另一方面可以把电子结算率直接作为客户级别评定的一项重要指标,使电子结算率的高低直接反映到客户级别的高低中去,而级别的高低也直接影响到客户

的切身利益,既让他们得到实惠,又使他们对比其他客户有优越感,从而提高零售户的存款积极性。

五是加强日常提醒,使客户形成电子结算习惯。客户经理在平时走访时,或订单员在每次电话订货结束后,要告知零售户货款的金额,并提醒零售户按时存足货款。特殊情况下,客户经理应该上门帮助客户存款。这样即可以让零售户更好地配合我们的工作,也不会出现由于账户余额不足而造成扣款失败的现象。

任何新生事物都是一把双刃剑,如果处理得当,则会促进烟草公司网建工作水平的提升,而处理不当,则会造成客户关系紧张,给其他一系列工作的开展带来一定的困难。电子结算作为信息时代的产物,在推广过程中必然会面临许多阻碍和挑战,提高农村地区零售客户电子结算率,客户经理要做的,就是在不断地在实际工作中总结经验、不断探索、不断创新、持续完善,以满腔的热情促进农村地区电子结算率的全面提升,促进烟草事业更快更好更科学地发展。