

服务特色产业客户 培育重点品牌

■ 石增亮 李井卉

不同于食杂店、便利店、烟酒商店等普通零售客户,特色产业客户指酒店、KTV 等。普通零售客户与特色产业客户在品牌的敏感度、需求量以及培育能力等方面的表现不尽相同。特色产业客户经营的卷烟品种一般不多,但卷烟档次较高,这对于提升卷烟结构、推动品牌培育工作有着不容忽视的作用。笔者认为,应积极探索特色产业客户与品牌培育之间的关系,主动深入特色产业客户的需求市场,寻找品牌培育新的切入点。及时掌握特色产业客户卷烟营销动态,提升服务水平,主动满足其个性化需求,提高特色产业客户的忠诚度,进而拓宽品牌培育的渠道。

近年来,品牌培育活动已经成为推动卷烟营销、促进“卷烟上水平”战略目标实现的重要动力。品牌培育工作要想取得进一步的发展不仅要依靠普通零售客户的支持,还要充分发挥特色产业客户的优势,为品牌发展寻找新的渠道。

明确三种优势

当前,烟草商业企业的卷烟销售活动,以零售客户为连结点,通过零售客户面向社会消费者提供不同的卷烟品牌,满足不同消费群体的需求。目前已经形成了覆盖面广、辐射力较强的卷烟零售终端网络,成为卷烟销售的主要渠道。但是受不同区域消费水平影响,和特色产业客户相比,普通零售客户在满足卷烟消费方面表现出一定的局限性:一是消费者受消费习惯的影响,在个人偏好、价格因素、品牌包装等方面,对部分卷烟品牌的认知度较高,很容易选择固定品牌消费。二是部分零售客户不能很好地扮演品牌推广人员的角色,这势必会对品牌培育工作产生一定影响。

特色产业客户开展品牌培育的优势主要表现在以下方面:一是这类客户多集中在经济水平及消费水平较高的区域,中高端卷烟品牌

消费需求较大。二是这类客户对新品认知快、接受力强,有利于新品牌培育推介工作的开展。三是酒店、宾馆、KTV 等场所人口流动性大,对卷烟品牌有多样化的需求,能够增加成功培育品牌的几率。

发展三个特色

通过特色产业客户开展品牌培育,要区别于普通客户的品牌培育模式。那么,如何在特色产业客户那里开展品牌培育?笔者认为,应做好前期工作,认真梳理特色产业客户品牌需求特点、剖析品牌与消费需求之间的关系,为特色产业客户提供更具个性化的服务。

明确特色产业客户的经营特点,有针对性地开展品牌培育工作。第一,在特色产业客户那里推介卷烟品牌,应充分认识到差异化的存在。例如,面向餐饮、娱乐等行业的特色产业客户,既应因地制宜,充分考虑该区域经济收入状况,又应因事制宜,了解消费者购烟用途,便于对不同的卷烟品牌进行精准的市场定位。明确目标消费群体,对之后的品牌推介工作有极为重要的作用和意义。第二,随时关注特色产业客户发展动态,对一些新兴的特色产业客户,客户经理在服务和管理中要针对其特点,进行研究、分析,对其经营中存在的困难和问题,应及时加以解决。第三,由于特色产业客户特殊的经营模式,假冒伪劣及高档的走私卷烟比较容易在这些地方流通,这就给烟草专卖人员的监管带来难度。因此,客户经理既要做好日常经营指导,也要做好法律法规的宣传工作,引导客户守法经营,保证特色产业客户良好信誉。

剖析产品特色,创新营销思维。对每种卷烟品牌进行深入剖析,在细致研究产品特色的基础上,不断创新营销思维:一方面,成立专项营销团队,实行分片管理,调研分析特色产业客户的发展状况和需求,确定目标消费群体后,可以与其进行面对面的沟通与交流;另一方面,联系沟通一些意见领袖或有号召力的消费群体,如有信誉、有口碑的婚庆策划公



司、红、白理事会及酒店等,向其推介相关知名品牌,阐明产品特色定位,获得其认可,最终达到卷烟营销向消费者延伸的目的。

完善服务理念,改善提高特色服务。特色产业客户的营业时间、经营方式与普通零售客户的有所区别。所以,服务这部分客户,要制定详细的拜访计划表,上门前要提前打电话预约;根据特色产业客户经营情况,打破常规的工作时间,不能仅限于 8 小时以内;为了不影响特色产业客户经营,应一次尽可能地将更多的内容列入计划之中,除向客户讲授烟草专卖法律法规知识、传授经营技巧、介绍新品卷烟外,还要帮助其结合服务对象,订购适销对路的卷烟产品,做好品牌信息传播工作。特色产业客户的消费群体流动性大,需求也比较特殊,因此要尽可能地根据消费需求为特色产业客户提供个性化服务。

做好三项工作

通过特色产业客户开展品牌培育,烟草商业

企业需要做好以下三方面的工作,以保证品牌培育工作持续、有效、顺利开展。

统一思想认识,成立专门领导小组。特色产业客户品牌培育工作目前仍处于探索中,应成立专门领导小组,负责具体工作的组织、开展、监督、协调及各项具体措施的落实,确保品牌培育工作顺利开展。

选派相对固定的联系人,增强专业人员开展特色产业客户品牌培育的技能。选任品牌科长和品牌经理为对外联系人,保证双方有效沟通,确保服务质量。通过开展多种形式的培训,如邀请行业内外专家授课、现场交叉互评、本单位内训师讲解等,提升联系人业务技能,培养出一支专门针对特色产业客户开展品牌培育的工作队伍。

建立推介档案,做好痕迹化管理。定期对特色产业客户进行拜访,了解其卷烟销售基本情况。将特色产业客户每个月推介的品牌数量、种类、结构等登记入档,建立专门数据库,分析数据之间的相关性,便于对下一步的品牌培育做出预测。

探索八种新模式 助推服务转型

■ 王坚

随着服务转型提升工作的推进,当前和今后一段时期,行业商业企业应努力把客我关系从伙伴关系提升到更为紧密的同盟关系,真正使零售客户成为烟草行业的自己人。基于现有的资源及客我关系,笔者认为,可以尝试探索以下八种服务模式,推进烟草商业企业服务模式的转型。

网格化服务。所谓网格化是指,以地理位置为划分依据,将相同或相近区域内的零售客户划归为一个网格,对每个网格内的零售客户进行分组,以营销热点工作为核心,开展网格内的营销竞赛,通过互助,共同营造良好发展的卷烟市场环境。

组团式服务。组团式服务模式即“1+1+1”服务模式,即由客户经理、市场管理员及送货员组成的“三位一体”式的服务团队,为一个

零售客户提供全方位服务,以期达到“1+1+1>3”的服务效果。这种服务模式可以实现信息互通、资源共享、责任共担,不仅使一线服务人员优势得到互补,同时也能提升零售客户的服务满意度。

体验式服务。随着面向消费者营销体系建设的不断深入,体验营销越来越被人们所熟悉,笔者所在企业的商业网正在探索入网体验、入户体验、窗口体验等多种形式的体验服务。在“走出去”的同时,依托已建成的消费体验中心,通过客户培训会、经验交流会等活动,将优质的零售客户和典型消费者“引进来”,让客户更多了解烟草,亲身体验卷烟品牌的文化魅力。

交互式服务。随着电子技术的飞速发展,微信、微博、QQ、飞信等正逐步地被零售客户接受与应用,同时,零售客户对服务的需求方式也逐步地从被动接受转为主动要求。为此,

客户经理可以根据辖区内零售客户微信、飞信和 QQ 的使用情况组建相应的微信群、QQ 群。除了发布必要的公告外,还可以提供在线咨询服

会计式服务。面对零售终端,客户经理提供会计式服务必不可少。会计式服务,即客户经理通过成本核算、盈利分析,市场需求趋势共判等会计式专业服务内容,帮助现代终端结合自身经营特点,有所侧重地发挥终端功能,提升自身营销能力。

参谋式服务。在发掘市场潜力,培植新的零售客户等问题上,客户经理要利用自己的经验和智慧,扮演好参谋的角色,对客户的发展规划要提前介入,对经营中的关键事项要及时提醒,对服务过程中的机会点要共同探寻,努力将潜在客户培养为稳定客户。

家政式服务。年老体弱身残的零售客户

作为弱势群体,很容易被忽略。实际上,他们对服务的需求十分简单和直接——提供便利服务,满足经营所需。为此,对于弱势客户,客户经理可提供家政式服务,给客户提供基础服务的同时,按服务需求的急缓程度,分批提供专项服务。

定制式服务。定制式服务是以客户服务需求为出发点,根据烟草公司发布的短信服务菜单,由零售客户按需定制服务项目,烟草商业企业按客户需求定期发送相应内容给指定的零售客户,以满足零售客户对服务的需求。

服务无止境。如何做好零售客户的服务,是烟草行业永恒的话题。在行业转型期,服务模式的转型与提升,更需要持续的关注。关注客户需求,不断增强烟草商业企业与零售客户之间的粘性和依存度,真正实现平等互利、合作共赢。

坚持党的群众路线 提升企业管理水平

——论基层单位在经营管理中坚持党的群众路线所存在的问题与对策

■ 杨光华 高庆生 孙琳 浦同慧

党的十八大明确提出要围绕保持党的先进性和纯洁性,在全党开展以为民务实清廉为主要内容的党的群众路线教育实践活动,这是加强党的作风建设的的重要载体,是推进党的建设的重要部署,也是实现党的十八大确定的奋斗目标的重要保障。如何在企业深入的学习实践群众路线,是企业发展的需要,也是广大职工群众的内在要求。本文拟结合基层单位实际,就如何坚持与实践群众路线理论,指导企业管理工作谈谈一点肤浅的体会与想法。

贯彻党的群众路线过程中应注意一些潜在问题

“群众路线,就是一切为了群众,一切依靠群众,从群众中来,到群众中去,把党的正确主张变为群众的自觉行动。我们党的最大政治优势是密切联系群众,党执政后的最大危险是脱离群众。”当前,社会经济高速发展,社会意识形态多样、各种思潮交替影响,在企业管理中坚持党的群众路线变得日趋复杂,为此,应注意与扭转一些潜在问题,具体体现在:

对“群众路线”重要性的认识。少数党员干部不是用心到一线,倾听群众呼声,了解群众的需求,而是习惯了坐在办公室里看材料、听汇报,热衷于表面工作、政绩工程,还有一些忙于交际应酬、口头指挥、人浮于事,对基层情况的了解、具体工作的安排泛泛而谈、头头是道,群众工作停留在口头。诸此现象,源于群众观念淡薄、宗旨意识淡化,工作作风不实,自我学习不够,往往导致党员干部与群众的沟通脱节、信息交流不畅,自我威信与组织公信力下降。

对“群众路线”专题活动的引导。少数企业的基层党组织功能弱化,党的制度样样有,日常工作专人在补,记录报表样样全,实实在在的党会、党课,党员干部都不知道啥时开的,形成党务工作与生产工作的“两张皮”。为此,群众路线教育活动的深入需要领导干部以实际行动先做表率,防止形式主义,杜绝教育活动又走过场。只有这样,才能促进党员干部有真转变、真提高,才能确保群众路线取得成效。

对“群众路线”学习效果的检查。少数基层党员干部对专题活动往往停留在行政化、表象化、简单化、形式化的表面,认为专题活动就是开开会、签个到、请人写下心心得、走走过场、工作还是停留在原来的认识上,如此的学习态度如何让群众工作落到实处;我们不仅要学习文件、学习相关理论,还要进行深刻的思考,开展广泛的讨论、调研,提出有助于干群关系、有助于企业发展的实质性意见。

对“群众路线”实践运用的效果。少数党员干部官气十足、衙门味十足,工作推诿扯皮,闲散懈怠,工作热情和干劲降温;更有胜者,日常工作掺杂个人主观意愿、个人或小集体利益,不为群众着想,不急群众所急,见了利主动办、不见利没看见,造成变相的有章不依、循私枉法的结果,对此类人,群众常说“小官难缠、大官易近”,干群关系越来越远,严重影响党的形象,阻碍群众工作的深入开展。

坚持党的群众路线,应做到:学习、实践、转变、融入

党的十八届三中全会提出,全党同志特别是各级领导干部尤其要不断加强作风建设,做到为民、务实、清廉,团结带领广大人民群众扎扎实

实地做好改革发展稳定的各项工作。为此,深入开展“群众路线”工作,在于提高干部职工实实在在做事的积极性、主动性、实干性,在于推动企业科学发展、规范发展、合理发展,具体来讲:

一是学习。“群众路线”工作的有效贯彻落实,其根本建立在每位干部职工的重视与运用上,这就需要我们采取有效形式深入开展宣传教育,引导干部职工在“理解、认同、弘扬、带头、坚持”五个方面加强对群众路线的学习、思考。认真对照八个方面的良好风气和六个方面的突出问题,认真查找问题,深入分析原因,实事求是地查摆自身问题,做到什么问题突出,就重点查摆与整改。其重点:一是领导干部要带头做好对“群众路线”工作的要求、内容、目标、意义的学习、理解与运用,积极做好“群众路线”工作的带头人、传播员、示范者和指挥员,带头学习,带头宣传,带头实践,切实抓好“群众路线”工作。二是每位干部职工要加大学习力度,切实规范自己,约束自己、提高自己,从而促进群众路线工作的深入开展。三是大力营造浓厚的学习实践氛围,让广大干部职工自觉做好本职工作,切实增强认真履职的意识。

二是实践。围绕国家烟草专卖局(公司)提出的:“六个带头”,基层复烤企业的主要任务:一是要以行业共同价值观和“利民惠民、至爱大成”核心价值观为统领,把群众路线与实际工作结合,制定有针对性、实效性的工作方案与计划,逐项落实,突出成效。二是要做到组织有落实、工作有分解、职工有行动的“三落”目标,即:积极落实党总支层面的学习工作,明确抓好车间部门贯宣“群众路线”的学习重点,积极引导每个员工实践“群众路线”。做到领导班子、干部职工一起参与、一起学习、一起实践的工作格局,让群众切实感受到工作作风的转

变。三是要充分发挥党政工青妇的统筹协调作用,保障“群众路线”从不同渠道、不同层面、不同角度得到宣传与诠释,确保群众路线工作深入每一个角落。

三是转变。坚持“群众路线”工作,贵在坚持、重在转变,要围绕中央的要求,紧扣反对“四风”,广泛深入的听取意见,敢于剖析、敢于改进自身,促进内部管理。具体来讲:一是领导干部要真正对照镜子找差距、找不足,从群众的批评和意见中找准问题,深入查找和剖析思想根源,找准问题的结症,在“为民、务实、清廉”上,立说立行、边查边改,用整改成效推进群众路线实践工作,深化干群关系。二是企业生产经营管理要立足于“群众观念”,在企业的生产、经营、管理、安全、发展过程中,要敢于倾听群众的意见、建议,敢于问计于群众,切切实实的把群众置于企业中心,把群众与企业融于一体,充分发挥广大干部职工的向心力、凝聚力。三是在在思想政治建设、党风廉政建设、组织绩效考评、评先评优等工作中加以融入落实,建立对落实群众路线的考核奖惩制度,营造积极向上、奖罚分明、共同努力的氛围与机制。

四是融入。“群众路线”工作是一项长期性、复杂性的工作,要紧紧围绕“十八大”的目标任务,行业“卷烟上水平”的战略任务和云南省局“原料保障上水平”的发展目标,以“管理上一流、质量上一流、服务上一流、队伍上一流、设备和设施上一流”为工作重点,把“群众路线”工作贯穿于生产经营管理、烟叶保管分选、打叶复烤加工、专卖内部监督管理、全年重点工作等目标任务中,落实到具体工作上,以实际行动持之以恒地坚持好、实践好“群众路线”,努力将“群众路线”渗透到每一个岗位,每一个人的心中,不断推动各项工作向前发展。

实践党的群众路线,要做好“三服务一提高”

从复烤企业的自身特点出发,党的群众路线

莫把送货确认当“儿戏”

■ 赵伟

在入户核查过程中,笔者发现,一些送货员送货时,为了节约时间,只让客户接货,不让客户签字确认或者由他们送完货后自行代签。

为何会出现这样的不规范问题?一方面,个别送货员认为,如今卷烟配送实行自动化分拣,送货环节不会出现差错事故,因而,没有必要让客户签字确认;另一方面,一些送货员觉得,客户都是熟人,周周见面,常打交道,不会以此为理由、找借口、故意刁难送货员。

笔者认为,个别送货员的这种认识和做法,既不是什么经验之谈,更不是为工作“减负”,而是一种自以为是为、弄虚作假、心存侥幸的行为表现,说严重一点,就是对岗位工作的极端不负责任。

任何规章制度的出台与执行,在某种意义上,就是为了规范人的行为,堵塞管理漏洞,预防各类问题和事故发生。因而,遵守规章制度是干好工作的前提,是行业“严格规范”的集中体现和最基本的要求。有人认为,目前送货工作越来越简单,只要把客户所订的卷烟送到客户手中就行了。其实不然,送货工作虽然在分拣方面实行流水化作业,差错事故率很少,但这并不意味着差错事故率为零。因为在实际工作中,也会出现打错码、配错烟、将甲零售户的卷烟送到乙零售户的问题。

送货工作“一环套一环,环环紧相连”。作为送货员,要有严谨务实的工作态度、一丝不苟的工作精神,要严格按照送货标准和流程送货,做到“及时送到户、客户签字确认”,如有异议,现场发现,现场提出,及时加以解决,而不能认为客户签字人群人是无关紧要的小事情。客户是否收到所订购的卷烟,不是送货员说了算,而是要看客户签字确认单。如果客户接到货,未签字确认,那么送货流程上就出了漏洞,一旦双方产生矛盾纠纷,“受伤”的肯定是送货员。因为客户是否履行签字确认,这是送货员应尽的职责。有的送货员不但督促客户签字,反而不让客户签字或帮客户代签,其问题性质就更加严重了。这决不是危言耸听。在实际工作中,这样的事情时有发生,教训十分深刻。

因此,笔者提醒那些在送货过程中不让客户签字确认或为客户代签的送货员,一定要认识到这一问题的严重性,走出认识误区,及时纠正不规范的行为,确保送货工作不出纰漏,“让客户心里明白,还自己一个清白”。俗话说得好:不怕一万,单怕万一。只要我们在工作中人人讲规范,养成好习惯,严格对标贯标,踏踏实实工作,不投机取巧、杜绝弄虚作假,以客户和消费者是否满意作为衡量工作的标准,就一定能够把每项工作做实做细,不至于出了问题才“手忙脚乱抓整改,亡羊补牢堵漏洞”。

线的实践应坚持为企业服务的目标,把“强化服务意识、改进服务作风,提高服务水平”作为切入点,并贯穿到实际工作中:

一是加强对工业客户的服务。通过完善全员服务制、客户经理制、客户服务管理制等机制体系,做到生产加工前,与客户及时沟通,向客户提供各种有用信息和合理建议,制定符合客户要求的加工方案;生产加工过程中,关注客户诉求变化,持续改进各项服务工作,以实现个性化服务;生产加工结束后,及时与客户座谈沟通,加强客户回访工作,切实做好、做实、做细为工业客户服务的各环节工作,尽量满足客户要求。

二是完善对州(市)烟草公司的服务。对州(市)烟草公司的业务涵盖了从公司到站点到驾驶员三个层面,这就需要我们做到全员参与、全面统筹、全方位服务,让每个岗位和每位员工自觉做好烟叶入库前、烟叶入库过程中、烟叶入库结束后全流程的服务工作,从服务细节、业务技能、服务手段上不断创新,努力提高服务满意度。

三是深化对基层一线的服务。实践“群众路线”就是要把员工当顾客看待,理解和满足其情感需求,成长和学习需求,更多的支持其私人生活和家庭,解其后顾之忧。

四是提高管理的运行效率。落实“群众路线”,就是要每个复烤人不断提高工作质量、工作水平和工作效率,以实际行动夯实企业的管理基础;加强全面预算管理,严格执行全面预算规定;狠抓成本定额管理,不断降低成本费用;抓好“三化一体”工作,推动企业规范运行;继续深化劳动用工和收入分配制度改革工作,落实岗位职责,完善综合考核评价体系,突出绩效管理;持续做好“三项检查”工作,深入开展执法监督工作,加强内部审计监督,加强资产与资金监管,提高资产质量和运行效率,确保国有资产保值增值。

(作者单位:云南烟叶复烤有限责任公司)