

网络营销传真情 品牌培育促共赢

■ 陈梅

为适应行业发展的要求,贵州毕节烟草创新卷烟营销模式和管理机制,构建“工、商、零”三位一体的现代营销体系,加大网上营销的力度,提升卷烟营销网络建设,从而使卷烟营销工作更加适应品牌发展战略的需求和消费市场的转变,促进工、商、零三方共赢。贵州毕节烟草以利群(休闲)作为高端卷烟品牌培育示范进行探索,从构建信息桥梁、搭互动平台、网聚群众智慧、开展最佳评选、创新营销活动等重点品牌培育的决策,从让烟草把零售客户当成好伙伴,让零售客户成为烟草的“自己人”,最终实现客我双赢的新局面。

送祝福——构建信息桥梁

在传统的端午佳节日期间,利用现代网络宣传方式在金叶短信平台开展“放飞心灵 祝愿,送出利群祝福”活动,向全市 3285 户四星、五星零售客户发送“利群”品牌节日慰问短信,在短信中融入浓浓的祝福及利群(休闲)的品牌文化,引导零售客户关注利群品牌,让零售客户真切感受到毕节烟草“杜鹃”情及工、商、零之间的深情厚义。活动树立了烟草良好的社会公众形象,建立“利群”品牌的市场口碑,提高了“利群”品牌知名度,增强零售客户培育重点品牌的决心。从而让烟草把零售客户当成好伙伴,让零售客户成为烟草的“自己人”,最终实现客我双赢的新局面。

促相知——搭建互动平台

七月盛夏,火热的太阳炙烤着大地,“利群——最了解你的人是我”主题有奖竞答活动在商盟平台隆重登场,为炎热的夏日带来丝丝清凉,零售客户随着短片开始一次心灵的旅行。通过短片,零售客户可以了解利群文化,掌握品牌特点,参与知识竞答。活动共有 2179 户零售客户积极参与,其中有 80% 以上零售客户回答正确并获得奖励。网络的力量让零售客户带着愉悦的心情与利群品牌相知、相识。通过活动,促进了零售客户对利群(休闲)的深入了解,增强了零售客户与消费者的互动交流,切实提升了利群品牌在消费者心中的认知度,从而使利群品牌市场份额不断扩张。

寻建言——网聚群众智慧

通过在新商盟商业社区开展利群(休闲)献言献策活动,让零售客户自主参与,自由发表对利群(休闲)品牌的认知及利群品牌发展良策,对积极献言献策者进行激励。活动共收到零售客户献言献策 416 条,合理建议 380 条以上。通过活动,了解到市场一线的需求,集零售客户的智慧为品牌成长添砖加瓦,促进了“利群”品牌本土化培育工作的良性发展,也使零售客户的自身价值得以体现,提升了客户培育品牌的积极性。

巧陈列——开展最佳评选

“品牌要想培育好,卷烟陈列少不了”。这是客户经理常常念叨的一句话,规范整齐的卷烟陈列出样对于零售客户店面形象的提升、新品牌卷烟的培育和卷烟销售都起着举足轻重的作用。为了推出创新、新颖的品牌陈列示范效果,贵州毕节烟草利用网络营销平台开展了“2013 最能打动我的利群品牌卷烟陈列”评选活动,由客户自主设计利群(休闲)陈列方式,拍照上传,经工商双方精心筛选,选出 20 幅较好的陈列图片进行网上投票评选,最终按得票数的多少评选出 2013 最能打动我的利群品牌卷烟陈列图片。此次活动吸引了广大零售客户的关注和参与,提高了零售客户的陈列技巧,为建设亮丽的现代终端打下了基础,同时多样化的陈列更加吸引消费者眼球,刺激购买欲望,大大增加了品牌的购买率及动销率。

播种情——创新营销活动

风靡一时的“QQ 农场”曾让无数人为之着迷,在网络进入我们广大卷烟零售客户店铺的今天,新商盟“开心农场”也成为了客户消磨闲暇时光最好的伙伴。贵州毕节烟草抓住零售客户关注游戏内容胜过浏览任何网页的规律,精心策划了以“开垦利群基地,体验田园生活”为主题的营销活动,利用新商盟平台的家“开心农场”让零售客户“种利群,收好礼”。活动的开展,吸引了广大零售客户进入利群基地,让他们在体验田园生活的同时了解利群文化,掌握品牌特征,从而能更好地向消费者推荐利群品牌,为培育利群品牌打下基础。通过农场网络营销活动的创新实施,提升了网络营销的新颖性、互动性,增强了网络粘性,提高了网络营销实效性。

通过利群(休闲)为知名品牌培育示范引领,以策划系列网络营销活动及多样化的营销策略的实施,让工、商、零三方互动,从定位、渠道、传播、推广等多方面入手,将网上营销策略和营销手段相融合,突出规范性、创新性和实效性,充分体现电子商务的现代性、方便性、及时性、互动性和覆盖广泛的特点,使品牌培育工作与时代接轨,与发展同步。活动取得了明显的效果,首先是销量稳步增长,活动前后月均增幅达到 85% 以上;其次是五率不断提升,上柜率、重需率、动销率均增长 20% 以上,市场份额逐月提高,活动结束后市场份额增加了 0.65%。在助推知名品牌健康推广的同时提高了零售客户参与网上营销活动的积极性,增强零售客户培育知名品牌的能力,提升零售客户盈利水平,最终实现了网络营销精准护航,工、商、零三方共赢。



营销手段推陈出新

而且能进一步加深跟商业公司的情感交流,得到他们的支持。同时,通过方式和渠道让消费者参与到新品的开发中来,也是一种激发消费者兴趣和关注的方法,有利于让新品产生未见其人已闻其声的效果。同时,这也是前期很好的宣传造势的机会。

让零售户“想做”和“能做”。“想做”是指企业与零售户经常进行沟通,增进感情,让零售户愿意为你的品牌推广做事情。“能做”是指零售户在愿意为你做事的前提下,教会他们如何培育品牌。比如:如何卖好烟,如何卖好结构烟的问题。通过对零售户培训、互动和情感关怀,强化品牌文化、产品的卖点及营销技巧,及时解决零售终端的问题,打造工业直接面向零售终端的沟通渠道。

加强二类烟的开发和营销。打造二类烟

的强势品牌,积极抢占二类烟市场,是湖南中烟做大做强必然选择和必由之路。我们要学习中海成功开发年轻人的市场经验,完善白沙(硬蓝尚品)营销宣传方案。要想成功定位年轻群体,必须首先了解年轻群体的消费行为、兴趣爱好、消费观念,其次要有针对性更强的宣传促销方式,让年轻人认同并喜欢。同时,也可以适时开发低焦油、时尚、好抽好看好玩的卷烟产品,满足年轻群体的嗜好。

文化产品推陈出新。市场上采用的企业宣传片、品牌宣传片等已多年未更新。随着环境日新月异和市场的悄然变化,企业和品牌的文化宣传也要随着企业文化内涵的发展和品牌的升级换代制作出更新颖、更具代表性的作品,迅速反馈给市场,让全国乃至全世界都能了解我们的企业文化和品牌亮点。

完善和丰富促销方式。加大促销力度是目前市场消费者与零售户的普遍要求。比如:面对公司品牌固定消费者,可以采用积分兑奖的形式鼓励消费;可设计一些精美的卷烟器具作为促销品赠送给消费者以吸引消费;建立品牌形象店、品牌文化体验馆等场所进行品牌宣传;还可以提供一些配套的烟嘴、烟盒等精美卷烟器具供零售户进行配套销售等。

对形象店进行 VIS 设计。以湖南市场为试点,打造一批具有品牌文化特色的形象店。包括为零售户提供专供展示用的包模、条模,用于陈列产品的展销柜、货架,用于新品展示的展示陈列物等等,进行统一的包装,通过模式化的管理,让消费者留下深刻的印象。

(作者单位:湖南中烟工业公司)

如何走好农村卷烟品牌培育之路

■ 周浩生

农村卷烟消费市场是个广义范畴,随着地域差别、文化差异、当地消费习惯及消费变化趋势的不同而呈现出多样性。由此,笔者只能粗略地就几点共性的问题进行阐述。

农村卷烟品牌培育困境原因分析

由于经济发展水平的不同,农村消费市场也有着自己的特点:消费潜力巨大,具有求真务实、从众的心理,同时又是一种累积性消费行为,从目前农村市场的卷烟消费来看,呈现如下四个鲜明特征:

农村零售客户自身经营能力水平有限。有不少的农村卷烟零售客户,由于文化素质等多方面因素的影响,其卷烟经营的能力和水平还很一般,对品牌的培育能力和推荐能力不强,仅仅停留在“顾客买什么烟,我就卖什么烟”的低档次的经营能力上。不能充分利用自己的现有优势,通过加强品牌特性宣传,经营服务来提高卷烟经营水平。

农村零售客户品牌培育配合意识不强。农村的卷烟零售户除集镇少数客户经营规模和经营能力较强,能配合客户经理做好新品上柜和推介外,其他的客户,由于受经营规模和经营资金及消费群体相对固定,以及店铺

环境及卷烟陈列设施相对简陋,加之经营户受传统的经营理念及自身文化的影响,对商品的陈列及新品上市时的培育指导接受能力有限,绝大部分零售客户对新品牌的上柜和推介能力都较差,对新品牌上柜有抵触情绪。

农村卷烟品牌可供选择面较为狭窄。对于大多数农村卷烟零售户来说,订货卷烟的盲目性较大,比较偏爱经营“顺销烟”,对如何提高自身卷烟经营利润,引导卷烟品牌消费不是很重视,对于新卷烟品牌和规格能否销售得好,缺乏信心,往往采取“稳妥”的订货和销售行为。这就形成了农村卷烟市场品牌、规格较少,客观上限制了部分消费群体对卷烟品牌、规格的选择和尝试。同时大多数零售户对于同业者的经营状况较为关注,有着很强的趋同心理。

农村现有客观基础条件相当薄弱。农村各方面基础设施薄弱,交通不便,辖区市场区域过大,商户分散,客户经理所辖的商户数过多,时间紧,任务重,日常拜访不能与客户进行充分的沟通,从而影响了品牌的宣传培育推介工作。

解决农村卷烟品牌培育困难的几项措施

从一定程度上来说,农村市场决定着卷烟品牌培育的长远发展,对于新进入农村市

场的卷烟品牌(规格)来说,如何找到切入点,并能有效地促进品牌培育工作,显得尤为关键,笔者认为可以从以下几个方面下功夫:

认真做好品牌培育的选点工作。首先针对需培育的品牌,客户经理要认真做好辖区该档次卷烟市场销售情况的分析,按照下达的上柜目标,选取该档次卷烟中销售能力较强,人流量较多,卷烟出样及整体形象均较好的店铺,引导客户做好培育品牌的上柜,并督促这部分客户加大宣传和推介力度,真正发挥示范和引领作用,从而以点带面,促成培育品牌能在尽可能短的时间内让消费者认知并接受。

积极做好品牌培育的宣传推介工作。要善于提炼新品牌卷烟的卖点,耐心细致的向客户宣传介绍新品牌的产地、吸味、品牌文化、批零差价等。把客户的需求意念作为切入点,与满足不同消费者的需求结合起来,以真挚的沟通而不是强迫的方式,达成上柜目标,从而真正调动客户推介新品牌的积极性,改善客户品牌经营结构,最终实现帮助客户提升经营利润的目标。

充分利用服务平台加强客我信息沟通。要努力提升客户的服务水平,与零售客户建立“平等互利、长期合作、共同发展”的新型客我关系,促成品牌培育共同体的建立,让卷烟零售户真正认识到他们和烟草公司一样,都是依靠卖烟来获取利润,多个品牌就可能吸引更多的消费者,最大程度取得零售户的支

持和配合,充分调动零售客户培育品牌的积极性。要加强客户经营指导,对卷烟零售户如何做好培育品牌卷烟生动化陈列、明码标价、推介销售等技巧,还要利用好新商盟及卷烟零售终端等平台,及时了解客户及消费者对培育品牌的反映,及时与客户进行双向沟通,答疑解惑,并把收集到的各种信息,及时反馈上去,以便于公司及生产企业能及时进行调整,从而增强客户做好品牌培育的信心。

紧密跟踪品牌培育和市场销售情况。要切实提升品牌培育市场应变能力,密切关注培育品牌在消费市场上的反应,积极收集市场信息,定期分析消费动态,掌握客户和消费者的接受程度和对培育品牌的评价资料,认真总结和不断改进品牌培育过程中存在的问题和不足,并及时做好向上反馈,以便公司及时调整营销策略。客户经理应加强与客户的沟通,日常拜访时要及时向零售户了解新品牌的包装、吸味、价格、消费者接受程度,记录市场走访情况。同时了解客户新品牌的动销存情况,引导客户努力提高该品牌的动销率,指导客户做好库存的预警机制,做到科学管理库存,避免出现滞销的现象,从而坚定他们推介品牌的信心。

总之,对于农村品牌培育可能遇到的困难要始终保持清醒认识,不断拓展工作思路,扎扎实实深入市场和零售客户中间,才能使卷烟品牌培育工作出现新起色、新突破。

提升专卖内部监管实效

■ 廖强

加强烟草行业内部专卖管理监督,提升是新形势下烟草行业一项长期性任务,也是当前烟草行业工作的重点。解决好这一重大课题,关系到烟草专卖制度的巩固和完善;关系到行业的持续平稳健康发展;也关系到行业能否在社会上树立良好形象。

那么如何提升专卖内部监管的实效,真正使内部监管落到实处。那就一定始终围绕“严格规范”这一主线,建立完善的内管长效机制,把严格按计划组织烟叶种植收购、遏制卷烟体外循环作为重点,加大检查监督力度,不断提升监管实效,杜绝不规范生产经营行为发生。

一是要加强思想教育,树立全体职工正确的人生观和价值取向。一个人的人生观、价值取向将直接影响到他的思想乃至行为上,加强思想教育就是要求我们保持良好的工作态度,发扬不怕劳苦一心为公的工作作风,端正自己的思想,确立健康的人生信条。

二是要加快内部监管长效机制建设。充实内管力量,落实监管职责,充分发挥职能作用,建立健全内部监管长效机制,完善制度,狠抓制度落实;大力推进政务公开,发挥职工群众监督作用,促进各项工作严格规范。把行业内部专卖管理监督工作作为规范“两烟”经营行为的首要任务摆在重要位置,不断强

化全员对深入开展内部专卖管理监督工作重要性的认识,转变思想,切实增强全员的自律意识和责任意识,营造良好的舆论氛围。

要规范人们的行为,实现自律和他律,要有制度措施作保证,这更带有根本性、长期性、稳定性和全局性。结合当前取消县级法人资格改制后可能出现的诸种问题,我们要根据科学性、规范性、可操作性的原则,对包括党群工作、机构人员、业务管理、财务经营、审计监察和保障服务等方面的具体制度进行修订完善,进一步强化领导班子内部监督,完善重大事项和任免程序,强化职工队伍思想教育,更透彻、更深入地认识改革。

三是要强化培训力度,提升思想认识。提高全员参与内部专卖监管的意识,始终绷紧“规范自律”这根弦,增强干部职工加强专卖内管工作的自觉性和主动性。通过加大法律法规的教育使营销人员严格自律,使专卖人员依法行政,熟悉掌握内部监督管理实施办法的有关条款,把内部监督管理列入重要工作日程,使全体人员懂法、守法、用法。

教育培训作为提升行业工作人员素质和业务技能的手段,是行业发展的基石,是各项工作有效开展的基础。在新形势下,要做好内部专卖管理监督工作就必须建立一支稳定的高素质的专卖内管队伍,加强培训力度,把专卖内部监管教育培训制度摆在突出的位置加以贯彻执行,使之规范化、日常化,要通过教

育培训机制提升行业全员的规范经营意识,并逐渐形成自觉行为。努力打造一支素质高、业务精、严于律己、执法严明的内部专卖管理监督队伍。

四是要加强对货源分配的监督检查。利用职务之便,为亲戚店在货源分配上倾斜也是我们烟草专卖内部人员容易违规的土壤,对此,专卖内部监管部门要着力加强货源分配的监督检查,要经常不定期地根据货源分配计划表,随机抽取进行核查,紧俏货源的分配是否依据客户业态分配到每个零售户,如有“不正常”一定要查到底,从而确保货源货源分配符合市场实际需求,切实做到货源策略“公平、公正”,避免人为因素的影响。

五是要加强对卷烟配送工作的抽检。专卖内管部门一定要对卷烟的配送工作进行跟踪检查,随机抽检送货员的车辆,及时核对卷烟配送单与实际卷烟数目,对比是否相符,在流程中杜绝不规范经营的发生,从而提升内管实效,切实维护消费者权益。

六是要加大宣传和社会监督力度。加强内部监督管理的宣传工作,增强广大干部职工对此项工作重要性的认识;对违纪破坏市场经济秩序的典型案例进行曝光,形成强大的舆论氛围;完善具保投诉制度,形成上下结合,内外结合监督机制。同时要树立先进典型,对在内部监管工作中出现的先进集体和

个人,要及时给予表扬,大力宣传好人好事,在行业内营造良好的政治氛围。

七是要明确责任,严格考核。进一步完善内管人员岗位责任,强化内管责任追究制度,加大对规章制度执行情况的监督考核力度,对规章制度及流程的贯彻执行情况进行严格检查和考核,做到监督与考核并重,加大监督力度,切实落实考核方案,从根本上杜绝有章不循,违章不纠的现象。

八是要不断提高全行业依法行政、依法管理、依法生产经营水平。促进行业“注重自律”课题的解决,树立行业讲诚信、负责任、有秩序的良好社会形象。绝不能把内管建设流于形式,让监管空转,使制度表面化。要建设一支高素质的内管队伍,要将“卖大户、虚拟订单、拆单分摊”等不规范行为作为内管的重点,发现一起查处一起。

加强内部专卖管理监督是一项长期的、与时俱进的系统工程,只有统一思想、深化管理、积极创新,坚持全面深入地开展内部专卖管理监督工作,才能确保行业持续健康发展。我们只有通过严格约束和规范行业自身行为,不断提升自身素质,切实践行“两个至上”,才能树立起对国家、对社会、对消费者高度负责的良好形象,才能减少或降低由于行业专卖管理体制的特殊性所引发的外界关注和压力,才能保证烟草专卖体制健康良好持续发展。