

品牌文化, 卷烟营销的“利器”

魏洪海

品牌是一个企业的“生命线”,直接影响到并且关系着企业的发展与成长。就烟草行业自身而言,其所拥有的众多知名品牌已经成为了烟草行业的“名片”和亮丽的“风景”,上海中烟培育的能够反映民族风格的“中华”品牌、湖北中烟打造的具有地域风情的“黄鹤楼”品牌等等,都已经成为了烟草品牌的领军品牌,也形成了颇具各自特色的品牌文化。品牌文化是提升烟草企业价值的有效途径,也是推动卷烟营销稳步开展的重要基础。

发展品牌文化 对于卷烟营销具有重要作用

无论是传统的中式卷烟品牌,还是当前正在大力培育的细支卷烟品牌都是几大烟草企业都没有脱离其所固有的卷烟品牌来进行开发与创新,其大多注重对自身所拥有品牌的进一步发展和壮大。这种做法既为新型卷烟市场培育与提升品牌竞争力创造了更加有利的条件,同时,也使其所固有的品牌文化更具深刻内涵与品味,为品牌文化的挖掘与提炼注入了更多的活力。

发展卷烟品牌文化能够“活化”品牌形象,助力卷烟营销活动。品牌文化的形成与发展能够使卷烟品牌更具形象性,吸引更多的消费者,增加卷烟品牌的自身价值,增强其在消费群体中的印象,促进卷烟营销活动深入进行。一般来讲,为卷烟消费者所喜爱的知名品牌,其为消费群体的认知和接受程度以及自身所具有的魅力相对来讲高于其他普通的、竞争力不强的卷烟品牌,卷烟经营企业的客户经理在开展品牌培育与市场营销的效果也就相对较好。以“南京”细支卷烟为例,其品牌文化所拥有的影响力和市场美誉度对其营销与品牌培育起到了有效的促进作用,客户经理在推荐与培育品牌过程中,由于广大消费者对该品牌有较为深刻的印象,所以也容易使服务对象以及消费群体乐于接受该品牌,这样就有利于提升卷烟品牌的市场份额,使其能够更好地做大做强,成为市场强有力的成长型卷烟品牌。

发展品牌文化能够“聚集”品牌能量,真正形成良好的营销氛围。如果说,客户经理所开展的卷烟品牌营销活动是实现预期卷烟品牌发展目标的重要前提的话,那么发展品牌文化就能为卷烟营销活动的开展奠定坚实的基础。发展品牌文化其主旨为是为了通过实施有效的措施和手段,对品牌成长经历与市场竞争等所体现出来的特色进行梳理,形成更具系统化的、遍布于卷烟品牌培育、品牌研发、市场营销等各个层面的综合实力,进一步增强品牌价值和影响力,从而,使其能够达到不断发展壮大



的目的。从这个层面来说,发展品牌文化能够有效凝聚品牌的能量,为整个卷烟营销活动的有效开展树立良好形象,卷烟营销人员可以通过更为直观有效的方式推介各类卷烟品牌,使得卷烟营销更加快捷高效,并且能够使卷烟品牌更具市场竞争力和成长性。

品牌文化的形成是烟草行业长期发展的积淀,为卷烟营销夯实根基。卷烟品牌文化的形成不是一蹴而就的,更不是短时期内就能实现的,需要有一个较为漫长的过程,也是烟草行业长期以来不断成长与发展的成果。品牌文化体现着卷烟品牌在每个阶段或每个时期自身形成的更具特色的内在风格与深刻内涵。从这个层面来说,卷烟品牌文化具有较为厚重的鲜明个性和特征,无论是烟草行业的从业人员,还是广大的卷烟消费者都对卷烟品牌有着较为深刻的认识和理解,特别是其在消费过程中,不自觉地会对不同卷烟品牌做出选择,这也是卷烟品牌文化能够深深吸引广大消费者的魅力所在。从事卷烟营销服务的人员都知道,大多数卷烟消费者所选择的卷烟品牌相对较为固定,其对选择的卷烟品牌认知程度也较为长久。这就使得卷烟营销人员所开展的营销服务活动有了突破口和努力方向。

发展卷烟品牌文化存在的两个问题

多年以来,随着烟草企业众多新卷烟品牌的不断推出,也使得卷烟品牌呈现出更为多元化的发展态势,烟草品牌发展也充满了生机与活力。我们应当看到尽管烟草品牌的发展态势较好,但是卷烟品牌文化的整理与挖掘还较为杂乱,没有真正形成系统化和体系化的发展氛围,卷烟品牌文化所具有的影响力和美誉度还没有真正在卷烟营销过程发挥作用,也没有为卷烟营销人员所重视。

首先,品牌文化较为杂乱,没有形成一体化的发展态势。

实际上,无论是卷烟生产企业,还是卷烟经营企业一直以来都在大力倡导和发展卷烟品牌文化,努力将卷烟品牌文化打造成为烟草行业立足卷烟零售市场的一张“名片”。但是,纵观卷烟品牌文化的发展历程,我们能够切实感受到相对于卷烟零售市场的发展以及卷烟营销活动的开展来说,品牌文化的发展速度明显落后于卷烟营销变革速度。究其原因,主要是卷烟品牌文化的形成具有较强的时效性,需要有一个较长的阶段才能完成。并且,卷烟品牌文化一般都被烟草企业列为“软实力”的范畴,各个烟草企业在发展卷烟品牌文化方面也是存在着各不相同的状态,这就导致企业在搜集和挖掘卷烟品牌文化时各自为战,发展品牌文化抓手较少,突破口不多。这就给烟草企业发展品牌文化带来了一定的负面作用,无法使其真正以实效化的状态展现出来。

其次,品牌文化较为“虚化”,仅成为综合部门的任务。

目前,尽管烟草企业在发展品牌文化进行了积极的倡导,也希望能够发展品牌文化上实现不断创新。但是,就目前的现状来看,烟草企业在发展品牌文化方面的经验和做法较少,思想认识上也没有到位,还没有真正上升到企业领导决策层面的高度上来,发展品牌文化的许多环节仍然处于停滞不前的状态,烟草从业人员也没有思考品牌文化对整个卷烟营销活动的开展所带来的重要影响和作用。这些因素的出现,使得发展卷烟品牌文化成为了“务虚”性质的工作,直接导致发展烟草品牌并没有真正成为企业发展和指导营销的一项重要工作任务,仅仅成为烟草企业综合部门的一项可有可无的常规性工作。

发展卷烟品牌文化需要注重的环节

发展卷烟品牌文化对于烟草企业的长远发展有着重要的影响力,能够有效激发市场消

费活力,提升烟草品牌的价值,能够壮大烟草品牌整体实力,吸引更多的卷烟消费者,树立卷烟品牌的良好形象。尽管如此,发展品牌文化也需要不断积累与总结,特别是烟草企业更应当有针对性地将品牌文化融入到卷烟营销与市场服务中去,使其能够有效地推动卷烟营销稳步开展与市场规范化运行。

发展品牌文化绝不是孤立的,其应当与卷烟营销、市场管理以及企业发展有机结合。个别烟草企业将发展品牌文化与烟草企业其他事业区别开来,将其当作一项单一的、孤立的工作来对待,这种做法应当说是不恰当的,也是不符合发展品牌文化需要的。烟草企业在发展卷烟品牌文化时,应从不同角度和层面来分析与发展品牌文化,其应当充满生机和活力,绝不是“一潭死水”,更不是可有可无的工作。同时,烟草企业还应当充分考虑到品牌文化所能够起到的重要作用,将发展品牌文化真正转化为促进卷烟营销服务活动的具体指导方法和手段。

发展品牌文化应当成为每个烟草企业的重点工作,绝不能将其“边缘化”。烟草企业在发展品牌文化过程中,存在着一种误区,片面的认为发展品牌文化是地市级以上烟草企业的任务和责任,基层卷烟经营企业没有必要发展卷烟品牌文化。其实不然,发展品牌文化是每个烟草企业和从业人员的一项具体工作,我们所开展的卷烟营销服务以及市场销售等工作也都是培育和发展卷烟品牌,做大做强卷烟零售市场也是在间接推动卷烟品牌文化的稳步发展。烟草企业以及从业人员应当将发展卷烟品牌文化当作一件事关全局、事关发展的大事来抓,真正形成齐抓共管、有序推进的发展局面。只有这样,才能真正将卷烟品牌文化发展推向深入。

发展卷烟品牌文化应当善于创新,使其保持旺盛的“生命力”。应当说,卷烟品牌文化的发展也是与时俱进的,也需要不断完善与创新,只有这样,才能使得发展卷烟品牌文化更具实效性,保持着强大的生命力和影响力。烟草企业应当不断创新发展卷烟品牌文化的思路、定位以及手段,发展思路缺少创新,一味地采取过于单一、呆板、僵化的措施来发展卷烟品牌文化,不仅会导致卷烟品牌文化发展受到极大的限制与束缚,只能使得卷烟品牌文化成为“无源之水”,根本无法充分体现出卷烟品牌文化所能产生的价值和作用力。因此,烟草企业应当从当前面临的强大市场竞争力出发,认真研究品牌文化发展的方向,有针对性的创新品牌文化发展思路、发展策略、发展方式、发展措施和手段,以及品牌文化发展可能遇到的问题与困难。这样才能确保卷烟品牌文化发展得以有效展开,并且逐步朝着系统化、效能化的方向稳步推进。

烟草企业内部如何沟通协调

简超

年初,国家局党组正确分析了2014年中国烟草面临的严峻形势。提出,在烟草控制、体制机制、国际竞争、构建和谐四大挑战继续存在的同时,突出面临着增长速度回落、工商库存增加、结构空间变窄、需求拐点逼近四大难题。为此,国家局领导分别到全国各地调研指导生产经营工作,全力确保“保八争十超万亿”目标的顺利实现,并为2015年更高目标的提出夯实基础。在如此严峻的形势下,烟草企业只有上下一心,沟通好协调好,才能打好这场攻坚战。

沟通协调主要指主体与客体的沟通和协调,就是企业与员工之间、领导层与被领导层之间、员工与员工之间、企业内部与外部之间要做好沟通。通过沟通把企业的意志、意图传达给员工,做到人心齐、泰山移。

首先,烟草企业沟通协调要明确战略意图。召开职工代表座谈会,公布公司的发展思路和战略意图,听取职工代表们的意见和建议。这就是企业与员工之间的沟通,领导层与被领导层的沟通。

其次,烟草企业沟通协调要明确战略战术。战略战术就是“重点突破、上推下拉”,实施“一地一策、一牌一法、一人一薪”,做好卷烟品牌,与每一个人休戚相关,是每一个人的本分、责任和义务。每个人都要切实增强全局意识,一切围绕品牌,一切为了品牌,从人力、物力、财力、管理、原料、文化等各个方面,千方百计、不遗余力地献计献策,出谋划策。每个人都是卷烟品牌的宣传员、讲解员、销售员,要通过口口相传,借助各类媒体,理直气壮、合法合规地宣传、推广卷烟品牌,提高品牌的知名度和美誉度,提高公司的影响力和形象力。

第三,烟草企业要明确激励机制,这是内部沟通协调的前提。激励方向、政策和把握的原则是什么?一是能干的多吃点,少干的少吃点。现在的情况是,能干的多吃点做不到,少干的少吃点也做不到,不是企业内部分配机制改革出现了“开倒车”,存在吃“大锅饭”,干和不干一个样、干好干坏一个样的现象。二是会挣钱的吃点的,不会挣钱的吃点的粗的。会挣钱的,就是下“地”(市场)干活、种粮食、有收成的人,是直接给企业创造效益的。我们的激励机制必须发挥作用,部门内部要通过二次分配拉开差距。

第四,烟草企业内部沟通协调要明确责任。人无压力轻飘飘。压力来自于责任,责任来自于职责。职有法定,责也有法定。烟草企业职工要尽职尽责,有大智就贡献大智,没有大智也要出大力。烟草企业要“坐不住”,立即行动起来,找准定位,牢记职责,积极努力,扎实工作;烟草企业要“等不起”,抓住机遇,不等不靠,积极主动,科学务实,迅速攻克制约发展的难题;烟草企业要“慢不得”,以只争朝夕的精神状态,优化业务流程,改进工作方法,加快工作节奏,提高办事效率,加强督促检查,狠抓工作落实。

烟草企业要重视人情管理促发展

李哲民

我国是一个人情社会,自古如此。在烟草企业里,人情细节是管理者尤其是领导者不能忽视的工作,虽然“人情”弊端多多,但不能剔除,而是要把“人情”合理化、制度化、规范化,以更好地用人,释放员工潜能,促进企业发展。

烟草企业管理者尤其是领导要注意进行“人情投资”。在人际交往中,感情是必不可少的重要因素,人情是建立相互间良好关系的润滑剂。要注重人情投资,也许不会立竿见影,但相互信赖的人情关系建立起来后,对事业的发展将有着不可估量的价值。“人非草木孰能无

情”,“精诚所至,金石为开”,要尊重员工,满足其心理和精神上的需要,激发其热情,奉献出力量,把工作做得更好。唐太宗“以诚信天下”,出现了贞观之治。人情是雄厚的资本。在管理工作中要有人情味,注重感情投资,有时候还可能有一些意想不到的收获。

烟草企业管理者尤其是领导者要懂得用人之道,攻心为上。“攻人以智不以力,用兵在谋不在多”,攻心为上一直是中国传统哲学中的要义。烟草企业管理者在实施“情感投资”时,要抓住一个“心”字,与下属员工互相关心,互相关心,以心换心,从而达到心相印,同心同德,齐心协力干事业。有时,要换个角度看问题,宽容下属的过失和错误,善任厚待,宽严相

济,拥有尽心尽力的人才,支撑企业发展。要任人唯贤,举贤不应该避亲。要恰到好处地赞扬下属,良好沟通,激发干劲。

烟草企业管理者尤其是领导者要明白以情感人最有效。人是世界上最富感情的群体,“情感投资”是管理者调动人的积极性难得的一项重要手段。刘备三顾茅庐请诸葛亮,以情感人,以泪动人。烟草企业要适应市场竞争,就必须拥有人才,所以管理者尤其是领导者要爱才、得才,使出绝招,打好“人才牌”。要用心管理,以情感人,注重情商管理艺术,发挥“人格的力量”,“情感的力量”,以情感人,以理服人,尊重人、理解人、关心人、爱护人,充满人情味,赢得人心,赢得市场。

新时期烟草行业党建与精神文明建设工作创新思考

张昭富

今年是国家十二五的收官之年。面对行业改革发展的新形势、新任务和新要求,在国内市场国际化、国际市场国内化的新形势下,特别是烟草行业进入2015实施“十二五”发展规划收官之年的今天,行业党建与精神文明建设工作必须在继承和发扬优良传统的基础上与时俱进,在加强和改进的实践中不断地探索与创新。

近年来,在全面深化企业内部改革的过程中,烟草企业党建与精神文明建设工作在统一思想、振奋精神、推进改革等方面发挥了十分重要的作用。国家烟草专卖局明确提出,当前和今后一个时期,要把“卷烟上水平”作为基本方针和战略任务,把工作重点放在加快结构调整、转变发展方式、提高经济运行质量和效益上来。党建与精神文明建设工作开展指明了方向。党的十八大以来,国家烟草专卖局先后开展了保持共产党员先进性教育活动和深入开展学习实践科学发展观活动等一系列有效措施促进了烟草行业自身建设,提高了职工素质,形成了良好工作作风,在当前烟草行业发展形势趋稳、各项工作攻坚转型的关键时期,为发挥党建与精神文明建设工作优势,适应企业改革发展需要,必须以科学发展观为统领,实现党建与精神文明建设工作创新,充分发挥新时期思想

政治工作的政治导向、思想激励作用,推动烟草行业企业又好又快发展。笔者就新形势下思想政治工作如何创新谈几点认识。

加强理论学习,提高领导干部党建与精神文明建设工作素质

“理论上的成熟是政治上坚定的基础”,要坚持把理论武装作为领导班子建设的首要任务,着力提高党员领导干部思想理论水平。行业深入开展“两个至上”共同价值观教育,全面开展“讲责任、讲奉献、讲纪律”教育活动,努力提高各级领导干部理论水平和思想政治素质。

今后一个时期,行业加强思想政治工作的主要任务是:认真学习、深刻领会习近平总书记等中央领导同志的重要讲话和会议精神,紧密联系实际,认真抓好贯彻落实,以改革创新精神,全面加强行业领导班子建设。认真落实行业思想政治工作会议,扎实开展深入学习实践科学发展观活动,以加强领导班子执政能力建设为主线,深化对科学发展观科学内涵、精神实质和根本要求的理解,提高领导班子思想认识,转变发展观念,理清思路,形成共识,提高贯彻落实科学发展观的能力和水平。切实加强“四要”作风建设。增强领导班子的大局意识、责任意识和市场意识,准确把握工作目标定位,确保企业重大决策部署全面贯彻落实。

加强岗位廉政教育,推动防腐体系和精神

文明建设

开展烟草企业岗位廉政教育,增强反腐倡廉教育的科学性、规范性和实效性,是行业反腐倡廉工作的重要内容,也是行业推进党风廉政建设和反腐败斗争的重要途径。全面推进岗位廉政教育活动,对推动行业惩治和预防腐败体系建设和精神文明建设具有重要意义。

岗位廉政教育是针对不同岗位开展的廉政教育,是“以岗位区分为前提,以风险排查为基础、以个性化教育为主要形式、以提升风险控制意识为目的”的廉政教育模式。和传统的教育模式相比,岗位廉政教育有利于员工快速掌握岗位廉政行为规范,自觉将岗位廉政的外在要求内化为良好的自律意识;有利于员工对履职过程中的廉政风险点保持清醒认识,在防范岗位风险的同时做到廉洁从业。

开展廉政教育要把握以下:要使教育对象从普遍性走向“岗位性”,更加体现烟草行业不同岗位的特色要求;要注重“互动性”,从说教灌输转变为互动启发,为岗位廉政行为规范适当穿插生动形象的廉政案例;要体现“预防性”,把教育重点放在规范权力行使上,对苗头性问题早发现、早提醒、早纠正,真正构筑起拒腐防变的思想道德防线;要形成“系统性”,确保廉政教育覆盖企业各层面,贯穿权力行使的全过程,逐步形成涵盖所有岗位的教育体系。

建立健全党建与精神文明建设工作机制,

推动企业又好又快发展

烟草行业党建与精神文明建设工作必须围绕烟草企业的中心任务开展工作。把党建与精神文明建设工作同国家局提出的“卷烟上水平”有机结合起来。在新时期环境下,思想政治工作需要不断优化自身机制。在组织机构、工作制度及人员配置等方面进行相应变革,建立有效机制,以增强党建与精神文明建设的活力。一是全员参与机制。二是“渗透”机制。三是建立全方位信息反馈机制。同时,加大对思想政治工作的物质投入,充分运用电化教学、现代传媒等手段,尽快实现党建与精神文明建设工作手段的现代化,切实提高工作效率。

与时俱进,创新党建与精神文明建设工作方式方法

创新是一种时代精神,是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力,更是企业发展的不竭动力。企业思想政治工作能否做到与生产经营有机结合,有效地服务企业的中心工作,在很大程度上取决于在内容、形式、方法等方面的改进和创新。在烟草企业改革发展的攻坚阶段,各种思想和矛盾叠加,企业思想政治工作需要由“传统型”转为“创新型”。在转变的过程中,要针对企业生产经营的难点、重点问题,提出党建与精神文明建设的创新课题,把促进烟草业改革发展与发展,提高经济效益作为思想政治工作方法创新

的目的,并在此基础上努力探索开展思想政治工作的有效途径,即不断改进和完善思想政治工作的方式和方法,使之更好地服务“卷烟上水平”。要把党建与精神文明建设工作创新纳入企业发展全局进行思考、谋划、部署和推动。要站在发展的角度,切实理清工作思路,定准工作目标,真正实现健康、有序、优质、高效、持久地发展。要统筹运用传统和新兴媒体,充分发挥各种传播渠道的优势,加大主题宣传、成就宣传和典型宣传力度。唯有创新,烟草企业的思想政治工作才能有生命力,也才能起到生命线的目的。

党建与精神文明建设工作在继承和发扬优良传统的基础上,特别要在增强时代感,加强针对性、实效性、主动性上下功夫。创新是在继承和发扬宝贵经验的基础上改进和加强,在改进和加强的实践中进行创新。正因为如此,国家局提出的“国家利益至上、消费者利益至上”的行业共同价值观才得以深深地扎根于干部职工的沃土之中,卓有成效地做好2015年这个“十二五”收官之年发展目标的实现,努力促进“卷烟上水平”。烟草行业思想政治工作的方法必须与时俱进,在实践中不断探索和创新,使党建与精神文明建设工作与行业生产经营工作同步上水平、同步走向现代化,不断巩固其作为一切经济工作及其他各项工作的生命线的地位。