

# 最新烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共(实用9篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇一

客户维系、挖掘、管理、个人产品销售工作：

1、抓基础工作，做好销售工作计划，挖掘理财客户群。通过前台柜台输送，运用银掌柜crm系统，重点发展vip客户，新增vip贵宾客户。

2、进一步收集完善客户基础资料，运用银掌柜crm系统将客户关系管理，资金管理，投资组合管理融合在一起，建立了部分客户信息。在了解客户基本信息对客户进行分类维系的同时。进行各种产品销售，积极营销取得了一些成效。

3、加强了宣传，通过报社、移动短信，展版张贴led横幅等方式传递信息，起到一些效果。

4、结合市场客户投资理财需求，按照上级行工作部署进一步推进新产品上市，如人民币周末理财、安稳回报系列、中银进取博弈理财等、以及贵金属的销售。

自身培训与学习情况：

在省分行的高度重视下，今年三月份通过全省对个人客户经理经过选拔和内部考核后，脱产参加接受西南财大afp资格正规课程培训。在自身的努力学习下，今年7月通过了全国组织

的afp金融理财师资格认证考试，并于10月取得资格证书。通过afp系统规范培训，经过本阶段的学习后，提升了自己素质，在工作中，作为银行的职员，在为客户做投资理财方案时，根据不同的客户，适当地配置各种金融产品，把为客户创造的投资回报作为自己的工作目标。能将所学知识转化为服务客户的能力，结合我行实际情况参加it蓝图培训，不断提高自己业务能力。

尽管我行理财业务已得到初步发展，但由于理财业务开展起步较晚，起点较低，使得理财业务发展存在规模较小，与同业比较存在较大差距，存在人员不足、素质不高、管理未配套等问题。目前，我行为扩大中间业务收入，仅仅在发展代理保险，代售基金是远远不够的，产品有待更丰富，理财渠道有待拓展，我行的特色产品：汇聚宝，外汇宝，纸黄金，人民币博弈等许多特色理财品种还没完全推广开（受营销人员，业务素质等方面的制约）缺少专业性理财。

不足处：

- 1、基础理财客户群（中、高端客户）较少，对客户信息资料了解不全（地址、号码、兴趣爱好）缺少对客户的维护。
- 2、营销力度薄弱，需要团队协作加强营销，没有充分发挥个人能力。
- 3、业务流程有待梳理整合，优化服务提高服务质量，多渠道从前台向理财室输送客户信息。

1、在巩固已取得的成绩基础上，了解掌握个人理财业务市场，应对同业竞争，进快迅速发展我行的理财业务。

2、不断加强素质培养，作好自学及参加培训。进一步提高业务水\*。

3、加大营销力度推进各项目标工作，有效的重点放在客户量的增长。

4、结合我行工作实际加强学习，做好it蓝图新系统上线工作，做好20xx年个人工作计划。

## 烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇二

总结就是对一个时期的学习、工作或其完成情况进行一次全面系统的回顾和分析的书面材料，它能够提升我们的书面表达能力，快快来写一份总结吧。但是总结有什么要求呢？以下是小编收集整理烟草营销工作总结，欢迎阅读与收藏。

### 烟草营销工作总结1

各位领导、各位同事：

大家好！

1. 商品信息系统管理：从一份份合同到一个个商品可以通畅的进行销售，从每一天各柜组商品的监控、每周商品价格市调、商品负库存销售修正、商品损溢调整、每月商品盘点、每个档期商品促销活动的价格变更、到每月结算的销售汇总。后台系统及时做好商品的建档工作和维护工作，各类单据必须及时输入电脑，数据录入必须保证其准确性，以保证前台系统及时获得最新的商品信息并进行销售处理，所有单据的归档必须规范。及时做好销售和库存的调整工作并保证其准确性。这中间执行的每一步都严格规范，我要求在系统中操作的步骤一切依流程为准。认真做好每日例行的数据备份工作，确保信息的通畅流转。

2. 软硬件设施的应用、维护与管理：安装、调试进销存系统、财务系统，确保二套系统正常运行。根据工作分工授予不同用户在系统中的使用权限，确保系统的安全性。做到每

日不定时巡场，及时排除收银工作期间pos机故障，督促各部门员工正确使用各类设备，纠正其违章操作行为，并对其进行指导和培训，定期检修清洁维护管辖范围内的各种设备，对系统运行过程中出现的疑难、突发性软件故障及时予以排除，保证设备的正常安全运行。对外进行技术合作，确保公司的管理系统处于领先地位。

3. 员工的培养与规范管理：我们部门人手少、事情多，工作的技术含量高，因此我对本部门的员工依据公司的各项规定进行严格的管理，定期的进行技术操作培训与系统操作运用知识的考核，为帮助大家提高解决工作的实际问题的能力，营造边学、边干、边提高的良好氛围，确保在工作中运用自如。本部门内部着重检查每位员工上月工作情况，布置当月工作，筹划下月工作，做到有部署、有检查、有落实、有回音。制定了规范管理办法，明确设置岗位与操作流程，对其进行跟踪管理和职责配置、设备的保管与维护、运行的规程与要求、信息的有效使用及网络安全等，统一作出了严格的规定。

第四个欣慰的是自己一直保持着强烈的敬业精神。对我来讲，信息系统管理是一项十分深奥的工作，我老老实实在地学习，不懂就问，不会就学，既勤奋干事，又努力协调好上下、左右、内外，还有“人”“机”之间的关系。

面对当前的信息管理工作，我要用平常之心对待不平常之事。从事信息管理工作以来，我从一般员工到“兵头将尾”，无论在什么岗位上，我都要求自己先做人，再做事，从来不敢有一丝一毫的懈怠。我要从信息技术管理、业务知识上加倍努力学习，进取不怠，发扬成绩，纠正错误，为我们蒸蒸日上的东星\*\*\*事业尽心尽力，添砖加瓦。

谢谢大家！

烟草营销工作总结2

卷烟销售管理科在市局党组的正确领导下，紧紧围绕省局“11158”发展思路，把握“稳中求进”的总基调，面对宏观经济下行压力加大和外部环境复杂多变形势，坚持以严格规范为主线，重基础、调结构、育品牌、严管理、强素质，经济运行质量和效益稳步提高，保持了卷烟市场持续健康发展，进一步提升卷烟营销工作水平，为全面推进“卷烟上水平”各项目标任务提供了坚实的基础。

### (一) 卷烟购进合理推进。

1-11月份累计购进卷烟 箱，执行进度为，省内 箱，执行进度为，省外 箱，执行进度为。其中一类烟 箱，执行进度为，二类烟 箱，执行进度为，三类烟 箱，执行进度为，四类烟 箱，执行进度为，五类烟 箱，执行进度为。

### (二) 卷烟销量稳步增长。

1-11月份累计销售卷烟 箱，同比增加 箱，增长。其中一类烟 箱，同比增加 箱，增长；二类烟 箱，同比增加 箱，增长；三类烟 箱，同比增加 箱，增长；四类烟 箱，同比减少 箱，降低；五类烟 箱，同比减少 箱，降低。1-11月份人均单条为 条，同比增加 条，增长。

省产烟累计销售 箱，同比增加 箱，增长，销售比

重，基本与去年持平；钻石品牌累计销售 箱，同比增加 箱，增长。

### (三) 销售结构较快提升。

1-11月份累计单箱收入 元，同比增加 元，增长，其中钻石品牌累计单箱收入 元，同比 元，增长。低档烟销售比重为，同比减少。1-11月份累计卷烟纯销售平均单价为 元/条，同比增加 元，增长。

(四)重点品牌及低焦油卷烟销售态势良好。

1-11月份累计销售重点品牌 箱，同比增加 箱，增长，销售比重为，同比增加。

低焦油(6mg以下)累计销售 箱，完成省局下达最高完成任务箱的。

(五)经济效益持续增长。

1-11月全市累计实现毛利 万元，同比增长;实现利税 万元，同比增长。

(一)以农村大宗用烟为基础，创新品牌培育模式。

年我们在打通农村市场大宗用烟供货渠道上进行了深度探索，市公司结合本地区市场特点及品牌经营情况，制定了《农村大宗用烟重点品牌名录》、《大宗用烟管理制度》、《大宗用烟需求管理办法》，并组织全体人员开动脑筋，创新方法，开展有创意、有实效的品牌营销策划活动，促进重点品牌加快成长。

(二)以“建功立业”活动为载体，营造品牌培育氛围。

以建功立业活动为契机，由参加技能竞赛的优秀选手为主要力量，开展品牌培育经验交流活动，总结交流品牌培育经验，提升知名品牌培育水平。在全市营销队伍中征集优秀营销策划、品牌培育典型案例并进行评比，吸收借鉴有效做法，促使培育知名品牌取得扎实成效;开展营销创新成果研讨活动，分享营销创新成果，推动营销机制和营销方法创新。

(三)拓展延伸，开展钻石系列婚庆用烟推广活动。

为进一步加强品牌培育，扩大“钻石”系列在我市卷烟市场

的影响力，工商协同制定了《婚庆营销实施方案》、《婚庆营销管理办法》，选取了如软硬中国红、如意钻、玫瑰钻等十二个钻石牌号卷烟，作为重点培育品牌，并根据卷烟类别及消费需求的划分，制定了不同等级的营销策略及奖励措施，保证各项营销措施符合消费者对于婚庆活动的特殊需求。

介，努力提升婚庆活动成功率。其三我市公司全体干部职工通过全员营销的方式，充分挖掘自身资源，向有婚庆用烟需求的邻居及亲戚朋友推介钻石品牌，向他们介绍婚庆政策，引导他们将钻石品牌作为婚庆用烟。自钻石婚庆营销实施以来，共收集到婚庆用烟信息91份，成功营销69份，共涉及钻石品牌1-3类卷烟2202条，其中一类卷烟288条，占13.08%，二类烟579条，占26.29%，三类烟1335条，占60.63%，提升了钻石品牌在我市婚庆市场的知名度及市场占有率，更进一步提高了将钻石品牌作为婚庆用烟接受程度。三是强售后，提口碑。为了使我市婚庆营销工作水平进一步提升，我市公司客户经理及工业企业人员还要向消费者进行售后跟踪，如在婚礼当天通过实地拜访、拨打电话或发送短信的方式向消费者送去祝福。在婚礼结束后，市公司电访中心还会定期回访消费者，询问消费者对婚庆营销工作的满意程度，并及时记录消费者的意见和建议，从而促进工作的进一步提升。

### (一)持续开展现代卷烟零售终端建设。

结合我市实际，出台了终端建设规划、实施方案、终端选点、终端资源配路标准、培训办法，终端服务等多个标准文件，为全面开展终端建设打下良好基础。同时积极开展明码标价，提供一户一策的经营指导，引导客户从卷烟陈列、设路专柜、店面形象

等方面持续提升终端形象。截至10月底全市建成高质量的现代卷烟零售终端632户，占全部零售户的5.06%；评选优秀功能店客户111户，位居全省行业前列；共发放卷烟明码标签105万个，标签套76万个，提供专业化的经营能力提升策划方

案2700余份，终端品牌培育功能得到进一步发挥。

## (二)持续推进电子商务建设。

今年以来，我们进一步提高新渠道订货方式客户数比例。截止目前，全区累计推广新渠道订货方式客户11940户，其中新商盟网上订货(含新商盟手机订货)客户11175户，手机订货客户765户，占全区全部客户12582户的94.90%，提前且超额完成了全年90%比例的推广计划。而且充分发挥网络营销的功能，全区累计开展各类网上营销活动6次，活动形式涵盖积分换礼、电子周刊、公告专栏、品牌展架、品牌俱乐部、增值服务公告等，达到了很好的效果，充分调动了零售客户的积极性。

## (三)持续推进营销队伍建设。

一是提早谋划、精心组织、有效开展卷烟商品营销职业技能竞赛培训。我市在20xx年全省第二届卷烟商品营销职业技能竞赛获得团体第三名，刘贝贝同志在全国营销技能竞赛中，取得前30名的优异成绩，被授予“全国烟草技术能手”荣誉称号。二是密切关注行业最新动态、及时更新培训内容，针对上海现代卷烟零售终端建设培训班的培训内容及20xx年9月陕西网建会议精神进行了专题培训，为全市营销人员提供最前沿、最贴

近实际工作需要的培训，提高了培训工作的有效性。三是广泛开展客户经理知识竞赛、零售客户经营能力提升策划方案ppt评比、“客户服务之星”评比等评比活动，充分调动了基层营销人员的工作热情，激发了营销人员的聪明才智。

## (四)持续推进电子结算工作。

截至目前，全区电子结算客户共计11532户，电子结算率为91.79%，同比下降0.59个百分点；累计电子结算成功率为89.6%，同比下降0.21个百分点，预计年底可以顺利达成全



年目标。零售户一方面资金压力持续加大，另一方面对贷记卡的透支消费模式逐步认可，使贷记卡结算工作得以稳步发展。贷记卡结算客户共计2998户，贷记卡结算率为23.86%，同比增长8.79个百分点。网上跨行加直通的结算工作也在今年下半年有条不紊的进行推进，今年主要完成了此项工作的各方谈判、平台搭建、软件测试等工作，预计年底前将逐步推开。

#### (五)持续推进信息采集工作。

一是严格按信息采集网络建设工作规范要求开展信息采集工作，进一步确保采集数据的真实有效，结合市场情况加强采集数据的分析利用，为卷烟销售管理工作提供准确的参考依据。二是依托信息技术的发展，结合先进地区的一些成熟经验，计划在年内通过向在信息采集调查方法及效率方面先进的安徽马鞍山市公司，在信息采集数据分析利用及分析报告撰写方面先进的四川省烟草公司等先进的地区有针对性的系统学习，结合本地区

实际情况有效分析利用。三是为响应省公司计划年底前上线的客户终端管理信息系统推广工作，我们提前在终端功能店客户范围内选取符合筛选条件的客户作为备选客户，计划最早实现试点地区的信息采集数据的智能终端信息自动采集，并在全区推广。

#### (一)完善机制，搭建服务平台。

按照省局(公司)的各项工作要求，结合我市实际，重新梳理、制定包括标准、个性、增值、亲情四大类共16项制度，并汇编成册，充分涵盖了客户服务体系建设方面的各项服务工作，同时细化服务流程、完善服务标准，为客户服务工作开展提供了制度保障。

#### (二)丰富手段，快速响应需求。

为了更加迅速地有效地获取零售户的服务需求，我们积极推进电访中心转型，拓展电访中心职能，开通了96876-888服务需求咨询热线，并设立专门的接线员负责接听零售户的服务咨询电话，对服务需求进行详细记录并及时反馈，做到对零售户需求24小时内快速响应。同时，由原来单一访销职能拓展为问题咨询与处理、投诉处理、行业政策宣传、零售户服务回访及零售户问卷调查等集多种职能与一身的综合性服务部门。

### (三)精细管理，确保服务效果。

在对去年增值服务工作开展情况进行充分总结的基础上，结合其他地市公司的先进经验，重新对增值服务工作进行了梳理与要求。一是明确了包括安全保障服务、法律援助服务、信息运维服务、便民办证服务、金融理财服务、经营指导服务、助困搬运服务、应急维修服务等8类共22项服务内容。二是明确了自助服务、远程服务、上门服务三种服务方式，使增值服务工作操作便捷、流程清晰，确保及时有效地满足零售客户的各类服务需求。三是明确了接线员、联络员及具体实施人员在服务需求获取、服务需求信息传递、服务实施及服务反馈这一整套服务流程中的各项任务与职责，同时强化服务效果的检查与评估。截至目前我市共向各类零售户提供安全隐患检查、电脑与系统故障排除、证件免费打印、照片现场提取、贷记卡办理、经营指导等增值服务600余户次，在很大程度上满足了零售户除卷烟经营以外的其他需求，受到了广大零售户一致好评。烟草营销工作总结3

三、是控烟运动在不断推进，烟草的发展将受到进一步的制约等问题。我们在看到行业蓬勃发展的同时，也要居安思危。

二、营销工作从营销的角度来讲，烟草行业由传统商业向现代流通的转变主要体现在行业自身定位的转变，即由“坐商”向“行商”的转变。卷烟产品是一个特殊的产品，感觉和文化色彩高于理性的辨识，产品本身就是对消费者的服务，

这就需把服务意识贯穿于市场营销的全过程，把服务作为产品本身的重要内容，把服务营销和客户关系管理作为产品增值的重要手段。

### （一）对烟草营销工作的感悟一要不断创新工作方法。

著名管理大师德鲁克在《管理：任务、责任和实践》一书中指出，企业的两项基本职能就是：市场销售和创新。创新意识虽然是贯穿企业的各个环节和各个部门，但在营销体系中更显得直观重要。

创新是企业繁荣与振兴的致胜法宝。任何一个企业，没有不断的永续创新，企业就不能发展和生存，甚至走向倒闭的危险境地。所以，一个优秀的烟草企业营销工作者，必须具备的是极具活力的创新精神，热爱自己企业如生命的神圣责任感，在实际工作中脚踏实地，一步一个脚印的开拓烟草营销工作，创新性地去研究营销方法，只有自己研究出的方法才能铭刻于心，才能使自己对烟草营销工作有更深入的认识，才能为企业占领市场和提高经济效益作出更大的贡献。

二要善于剖析与总结。在实际工作中，烟草营销人员常年活跃在访销一线，面对千差万别，形形色色的广大业户和广大消费者，由于烟草行业的营销人员的素质高低不同，工作效果各有千秋，难免出现这样或那样的偏差，所以，一名优秀的烟草营销人员，必须善于剖析与总结，吸取成功的经验与教训，坚定信心，认清形势，科学判断，不断总结，不断提高，使自己成为烟草行业的市场营销行家里手。

三要善于观察和汲取经验。一个人的知识和水平是有限的，光靠自己是不够的，要想真正搞好烟草营销工作，烟草营销人员就应该用一定的时间专心研究各类营销高手的创新性工作方法，仔细观察业界动态，竭力打造学习型烟草营销人员。古为今用，洋为中用这句话至今仍然具有极大的真理性，尤其是对烟草营销人员来讲，要善于汲取经验，提高自己的理

性思维，不断把烟草营销工作推向新的台阶。

烟草营销人员是烟草行业光荣的一员，时代赋予了其神圣的责任，忠诚是每一个烟草人所不可或缺的必备素质，忠诚地为企业服务是其第一行为准则，所以，必须全力以赴地、最大限度地维护国家利益、广大业户和消费者利益，践行“两个利益至上”的原则，最大限度地发挥烟草营销人员的积极性。

（二）当前国内卷烟营销现状及趋势分析中国烟草行业卷烟营销，已经经历了20多年的发展。

经营模式从早期的大量坐销批发、少量门市批发到访销配送、访送分离，再到电话订货、电子结算等。经过历次变迁，中国卷烟营销模式已逐步向科学、有效、合理、可控的方向发展和完善，并正在由以“我”为中心向以客户为中心转变。

xx年，全国开始农村卷烟零售网络的建设□xx年，全国城市卷烟零售网络建设拉开帷幕。到目前为止，全国的卷烟流通，已形成以省级烟草专卖局（公司）为管理主体，州市级烟草专卖局（公司）为经营主体的格局。全国各地市级烟草公司已基本完成了470多万个卷烟零售户的网络建设。电话订货、电子结算的经营方式，已涵盖所有的城市卷烟零售户，以及农村部分卷烟零售户。

“三个满意”，工业企业在经营运行中，要以消费者为中心，以烟草公司、卷烟零售户为纽带。烟草公司、卷烟零售户和消费者满意是卷烟销售工作的目标和方向。工商职责划分全国烟草实施了又一次重大改革：工商分离，工业主要负责卷烟的生产，商业负责卷烟的流通。这为中国烟草大企业、大品牌、大市场的形成奠定了基础。建立以州市级烟草公司为经营主体的卷烟流通模式。

（三）控烟公约生效对烟草营销产生重大影响随着消费者健

康意识不断提高，反吸烟浪潮逐渐高涨，西方发达国家吸烟人口呈下降之势。

随着《烟草控制框架公约》的生效和中国批准加入《公约》，卷烟的广告宣传等将受到严格的法律限制。《公约》中明确要求烟盒包装上扩大健康警语面积，卷烟包装需要进行新的设计，以符合《公约》规定。其次，《公约》对烟草广告和促销进行了严格的限制。烟草广告和促销途径越来越少，推广产品的途径受到限制。

另一方面加强与零售商的合作，科学而合理地利用专卖专营，保证商业渠道的通畅及其功能的发挥。大力加强营销培训，改变我们的思想观念，丰富我们的营销知识，提高我们的营销技能，使我们能更加清醒地认识到当前卷烟销售的形势和市场营销工作的重要性。

（四）加强对零售终端的控制与培训零售终端直接接触消费者，零售户在卷烟的销售中具有举足轻重的作用。

大型消费品厂家几乎无一例外地将竞争触角延伸到了零售终端。尽管烟草销售渠道的唯一性制约了卷烟企业对零售终端的直接影响力，但是所有大的卷烟企业都在积极服务零售终端，影响零售终端，利用零售终端。所以，通过一定形式和渠道，对零售终端进行培训，在帮助他们认识企业，认知品牌的同时，使其掌握的商业零售知识，以建立长期互信的伙伴关系。

并接受品牌。所以，零售终端是传递品牌文化的主阵地。对终端进行一定形式的培训和交流，是当前卷烟营销的重要内容。

市场的稳定和发展必须有高质量、高效率的营销体系的支持。营销体系中最核心的三大功能是跟踪调控、品牌推广和交流服务。对内培训应始终贯穿于这三大功能之中。

培训就是要调动员工的积极性、挖掘出员工的潜力。有两个因素使员工能够做好工作：技巧和态度。通过培训，员工得到技巧，通过激励，员工可以建立他去做好工作的意愿。营销人员的基本目标是推销产品，建立商誉和良好的客户关系，维持高效率的工作。

市场营销是一项复杂的系统工程。它涉及到的因素和内容很多。如何让我们的营销队伍和人员更加全面系统地掌握营销理论知识，丰富他们的营销技巧，有利于更好地开展工作。

团队精神的构建是市场营销活动的重要内容，要取得更大的市场和广泛的品牌传播，需要互相帮助、互相支持、互相关心、团结、向上，加强群体意识和协作能力。可以说营销活动中的每一件事都必须认真对待，并加以贯彻、落实。

市场营销活动很复杂，受环境因素的影响很大。环境一旦发生变化，就必须及时调整和改变营销策略，甚至重新制定营销战略。故而，必须对国家的经济政策、行业政策和行业发展趋势作系统的了解。

关注终端、抓住终端、谁能与终端形成良好、互信的合作关系，谁就能通过终端，把握复杂的动态市场。对外培训，就是为了直接向终端传递品牌的优势和价值理念，有利于消费市场的培育及消费文化的普及。

#### 烟草营销工作总结4

一、加强理论学习，努力提高政治素质和理论水平。

从事科长要适应工作的需要，首要的是提高自身素质，适应岗位和工作变化的要求，只有这样，才能驾驭工作，胜任领导工作。三个月多来，自己一方面努力提高自身政治素质，自觉遵守党的路线、方针政策，时刻用党员的标准严格要求自己，加强自身的党性修养和道德修养，树立大局观念和全局

意识，牢固树立和自觉践行行业共同价值观，保持坚定的政治立场，自觉做到在思想上、行动上与区局（公司）支部保持高度一致。始终坚持学习市局（公司）的各项方针政策和要求。把市场化取向改革作为开展工作的第一要务，围绕提升销量的目标任务，把“解放思想、转变观念、更新理念、提高执行力和执行能力”作为开展工作的前提，坚决的不折不扣的执行“抓基层、打基础”的工作要求和“扩大销量、提升结构、培育品牌、增加效益”的指导思想。

另一方面我还始终坚持业务学习，到营销科以来，我清醒的认识到，自己缺乏领导能力，因此，我努力加强业务学习，不断提高科学决策、组织协调等方面的能力。始终坚持真抓实干。作为营销科的负责人，我严格遵照区局的要求，积极为分管领导献计献策，与协调科室密切配合；切实端正思想，转变工作作风；开展调查研究，及时了解市场情况；增强责任意识、忧患意识、公仆意识、民主意识、创新意识，狠抓管理、基础工作，促进了卷烟销售工作的高效运转。

## 二、加强职责履行，努力做好本职工作。

### （一）以知名品牌培育为核心，打造名牌市场。

#### 1. 以婚庆市场为突破口，努力培育知名品牌。

与山东、江苏等工业公司加强工商协同，采取多项措施推进泰山区婚庆卷烟市场建设。其中在泰山（大鸡）、五星（红杉树）的培育上，通过不断加大宣传力度、细化分解婚庆任务、加强消费引导等措施，已在婚庆市场建立了绝对优势地位，并顺利的实现了由婚庆用烟向常销卷烟的转变。

员灌输“以上柜促销量，以上柜促结构”的品牌培育意识，通过开展多品牌上柜提升活动使重点品牌特别是泰山品牌的上柜率、销量大幅提高。

### 3. 加强考核，夯实品牌培育工作基础。

为打牢品牌培育工作基础，保证品牌培育工作取得好的效果，建立重点工作调度制度。为进一步提高考核的针对性和有效性，在考核的基础上，每月对各站点工作下达指导意见，并对各营销部制定的工作措施落实情况调度督导，进一步提高考核的针对性。

### 4. 加强终端形象建设，提升终端价值。

对零售终端的整体店面形象和终端品牌培育工作起到了很好的宣传、推动作用，有效促进了零售户终端建设水平的提升。

## 四、存在的问题

在区局领导的帮助和支持下，在全体营销人员的协助下，我取得了一些成绩，但也存在部分问题：对营销科的工作基本情况有了初步了解，但是还不够全面和深入；自己在工作思路和工作方式上还有待进一步改进，还有很多方面需要进一步适应岗位的要求；忙于日常事务性工作多，理论学习相对较少；有时工作态度急躁，简单化。

## 五、下一步打算

在今后的工作中，我将按照自己的分工，与营销人员协

### （一）以团结为第一要务，牢记团结出战斗力、团结出

效益的思想，尽自己最大的努力团结好干部职工，维护好的同志间的团结，不越权、不越位、不失位、不错位，积极开展好各项工作。

（二）解放思想，转变观念，更新理念，结合今年开展的市场化取向改革的活动，牢记“两个至上”行业共同价值，努



力做到“三个始终”、树立“五种意识”为推动实现持续协调发展奠定坚实思想基础。

（三）提高素质和工作能力，主要从提高知识水平、提高道德修养、提高心理素质、提高执行能力等方面提高自己适应工作和环境的能力，成为勤奋学习、善于思考的模范。

不断解放思想，开拓思路，切实做好结合创新工作，多借鉴行业内外先进单位的经验，进一步开创工作新局面。

总之，我将严格要求自己，立足解放思想、转变观念、更新理念、提高执行力，为泰山区营销部营销工作又快又好的发展做出自己最大的贡献。

## 烟草营销工作总结5

### 一、加强网建工作，努力提高卷烟营销水平

#### (1) 线路优化工作

按照市局公司线路优化的工作要求，我们与营销中心、物流中心充分沟通，实现访销配送线路均衡调整，提高了工作效率。

(2) 网上订货工作取得突破性进展，截止到12月16日，我局营销部网上订货客户数量达到1255户，占客户总数的78.78%，进一步优化了网络运行模式，提升了网建水平。

#### (3) 示范店建设工作

20xx年我们按市局(公司)的要求，积极稳妥搞好卷烟示范店的建设工作并做好后续服务跟进工作。截止到12月16日，永福已建成示范店19家。进一步促进了服务向零售客户和消费者延伸，增强了我们对卷烟销售渠道的控制力和影响力。

#### (4) 卷烟零售户信息采集和分类管理工作

按照营销中心的要求，我们按时开展第一期、第二期卷烟零售户信息采集工作，并按要求上报营销中心。进一步加强卷烟市场营销信息监测，完善卷烟零售终端信息，我今后工作的开展打下良好的基础。

### 二、存在的主要问题

#### (一)、在制度落实上还要进一步强化。

工作开展过程中虽然有各种制度的保障，但在具体工作中制度落实还不到位。表现在人员责任心不强，工作态度不扎实，造成工作力度在成效上大打折扣。强化制度落实一是领导者要身体力行、率先垂范，做制度的模范遵守者、执行者；二是要加强对员工的思想、道德、法规等方面的教育，增强其执行制度的自觉性；三是要强化监督制约，加强检查督促，增强员工执行制度的外在动力。

#### (二)、在人员素质上还要进一步提升。

员工在思想认识、理论知识、专业技能等工作指标上，提升的幅度一直不大。主要原因还是在员工队伍管理和教育培训上，现有机制还不系统和完善，影响了员工队伍结构更新和素质提升。今后的工作中要进一步完善行业员工教育培训方案，形成适应行业发展的教育培训长效机制，注重对员工专业技能的强化训练，让员工对教育培训能够主动参与和认真学习，并能通过教育培训有效提升工作能力和工作水平。

#### (三)、在监督考核上还要进一步强化。

考核奖惩上，对员工的奖励力度体现的还不是很强。这样会对员工的工作积极性造成一定的消极影响。因此在今后工作中要科学确定任务指标和奖惩办法，让员工在开展工作时既

有压力更要有完成任务指标的动力。注重对员工工作过程和结果的双重考核，这样既能保证员工工作开展执行到位，又能有效促进员工为确保适应工作需求。

#### (四)、卷烟品牌培育工作中存在的不足。

一是品牌培育的手段有限；二是品牌培育中克服困难的决心不够强烈；三是与其他先进单位相比有一定差距；四是在品牌培育中客户经理的执行力有待加强。烟草营销工作总结6

### 一、上半年主要业务情况

#### (一) 卷烟经营方面

上半年，我局共销售卷烟5795箱，完成市局（公司）下达年任务的41.39%，比去年同期6609箱减少814箱，降幅12.32%。累计销售额8478.85万元，比去年同期8998.02万元减少了519.17万元，降幅5.77%。缴纳税金196.68万元，与去年同期下降50.63%。

#### (二) 专卖管理方面

上半年，我局共查处烟草违法案件120起。查获卷烟102.27件（其中假冒卷烟0.12件、走私烟件88件、非法渠道卷烟4.394件、玉烟标识卷烟9.76件），非法烟丝3421公斤，查获违法运输车辆3台，查处违法烟草制品总值38.22万元。

### 二、上半年工作回顾

#### (一) 认真贯彻落实市委市政府部署的相关工作。

1、认真配合推进我市项目建设工作。根据北流市项目建设规划要求，2月份，市国土资源局根据北流市人民政府的批复，征收广西区烟草公司玉林市公司位于北流市城区城南一路二

里16号（荔枝公园旁、市糖烟公司仓库内）的334.33平方米国有土地使用权。在此项工作中，我局（营销部）配合城投公司、北流市土地储备中心，积极向玉林市局（公司）报告，按程序办理有关手续，这工作已到收尾阶段，有力推进了荔枝公园及周边环境的改造工作。

2、积极组织员工开展北流市城乡环境建设。一是支持植树绿化活动。今年我们按照市委市政府有关文件精神要求，发动全体员工按规定收缴资金1440元，支持我市植树绿化工作。二是持之以恒抓好城乡清洁工程。积极配合市委市政府实施城乡清洁工程，营造和谐人居环境。我们派人负责责任片区的清洁工作，切实负起城乡清洁工程相应社会责任。三是努力着手庭院绿化工作。自签《北流市创建园林式单位（园林小区）》责任书以来，我们也作出了庭院绿化工作的设想，主要是向玉林市局（公司）汇报，根据我们庭院平面的情况争取一些资金的支持，增加盆景，扩大庭院绿化。

3、密切关注民生，促进社会和谐发展。一方面是积极响应市委市政府的号召，一是重新选派社会主义新农村建设指导员驻清湾镇白米村，了解新农村建设的需要，服务于新农村建设，促进城乡一体化发展。另一方面是发扬一方有难八方支援的精神，今年4月份组织全体员工踊跃捐款抗旱救灾，共收到员工自愿捐款1730元，以尽微薄之力帮助灾区人民重建家园，促进社会大家庭和谐发展。

（二）真抓实干，重点做好卷烟营销、专卖管理、内部管理三项工作。

卷烟营销方面：突出严格规范，更加注重强化重打基础工作，更加注重发展方式转变，不断夯实基础工作，打牢市场基础，巩固工作基础。

1、严格规范流程，促进规范发展。在日常卷烟经营中，我们紧紧围绕“严格规范、富有效率、充满活力”的烟草总体目

标要求，严格规范各项卷烟营销工作。一方面，规范营销人员日常行为工作流程，严格按照流程开展工作，逐步实现营销工作的规范化和标准化。今年来我们针对卷烟工作，共梳理了16个客户经理工作流程，并利用业绩督查考核杠杆促使客户经理严格实施，促进客户经理对卷烟零售户的规范管理。另一方面，规范货源分配管理。今年以来，我们充分利用信息科技化管理，全面实现货源系统自动分配，进一步规范卷烟供销链条，提高经营户的满意度和忠诚度。

2、深耕农村市场，拓宽服务网络覆盖。在去年空白村开展工作的基础上，4-5月份开展农村店的调查，对符合办证条件的但仍未办有烟草专卖零售许可证的经营户，我们动员他们办理卷烟零售许可证，提高农村零售户的覆盖面，进一步拓宽农村网络建设。

3、转变发展方式，注重品牌培育。今年年初，我们国家局局长姜成康正式提出了中国烟草下一步的品牌发展战略，即“532”战略。“532”战略是指争取用五年或更长一段时间，着力培育2个年产量500万箱、3个300万箱、5个200万箱重点骨干品牌。这个品牌发展战略，意味着我们要进一步转变发展方式，不能再单纯的依靠满足本地市场消费者卷烟消费偏好来提升卷烟销量了，而是要把市场资源向全国性重点骨干品牌品牌倾斜，对各品类卷烟进行疏理和规划，建立适合北流卷烟品牌长远发展的品类体系。因此，今年来我们通过出台品牌培育方案、加强客户经理和卷烟零售户品牌培育技巧学习、加强与工业企业的协同营销来掀起新一轮的卷烟品牌培育工作。目前，我们重点培育的硬盒红塔山（经典150）页页、软盒双喜（广州）和软盒真龙（娇子）在市场上的知晓度、美誉度都有了一定的提高。

## 烟草营销工作总结7

市场营销上水平是卷烟上水平的关键。要实现卷烟上水平，就要在五个方面“下功夫”：一是要在市场营销上水平上下

功夫，二是要在把握市场准度上下功夫，三是要在培育知名品牌上下功夫，四是要在精准营销上下功夫，五是要在营销网络建设上下功夫。

一、紧紧围绕以“一个目标、一个主题、一条主线、五个重点、八种意识”为核心的省局“11158”发展思路展开，采取多平台宣传、多层次培训、全员大讨论等形式，全面提升营销队伍素质。

截止到20xx年12月20日，共召开零售户品牌座谈会10次，网上订货户培训会议5次，新增户培训会4次，人员涉及50%以上的零售户，有效地提升了企业社会知名度，为2千多个卷烟零售户提供了自我提升平台，同时也带动了辖区品牌培育工作的有效推进。

二、客户经理作为市场营销最前沿的经营者，面对公司，代表零售客户，反映客户意愿，维护客户利益；面对零售客户，代表公司，培育品牌，维护市场。

但一直以来，相当一部分客户经理工作都存在“忙、茫、盲”现象，一方面由于不知道干什么，所以什么都干，忙的要死；另一方面，不知道为什么做这些事，所以很多事情就没有做到位，并逐步在迷茫中失去工作原动力；再一方面则是不知道怎么干，两眼一片黑，找不到正确方法和路径，就像盲人摸象，摸到哪是哪，摸到什么是什么，导致大多数工作是事倍功半，效果差强人意。针对这一现象，我们重点加强了对135工作法的学习培训工作。坚持按照五步工作步骤，循序渐进的开展客户服务工作，从中摸索出适合本地市场的服务模式，在服务中注重引导，积极挖掘隐形客户，最大限度的利用有效客户资源，实现“我为客户、客户唯我”。

三、通过一年的客户拜访，我们发现了在终端服务中存在的普遍问题：客户对客户经理工作性质的模糊认识和理解，认为“经理”就是抓全面工作的，所以造成了客户经理整天忙于

解决问题，却没有把自己的工作做好的局面。为了提高客户经理的工作效率，理清工作思路，我们实际结合问题找到了一把金钥匙，那就是“客户一卡通”。“客户一卡通”说它简单，他就是一张小卡片，说他不简单，他解决了我们的大问题。内容包括：我们各个部门的服务宗旨、职能、联系人、具体负责人，使零售户能够对自己的问题很快捷的询问相关人员，并在第一时间得到满意的答复。简单了咨询环节，实现了客户与企业的有效沟通，更重要的是减少了客户的抱怨和投诉。

结合以上情况我们决定在20xx年在“客户服务卡”的基础上，更进一步开发连接客户与企业的平台，携手电信公司，利用短信及飞信，及时传递行业相关信息以及经营方面、安全方面的讯息，让终端服务再上新台阶。

## 烟草营销工作总结8

### 一、xx-xx月份销售情况

20xx年xx区市场团队坚持终端市场建设和品牌培育，坚持“省产卷烟销量是基础□xx品牌销量是关键□xx一二类卷烟销量是核心”的总体要求，上半年共销售省产卷烟xx.x箱，累计商业占比xx%□销售xx品牌卷烟xx箱，累计商业占比xx.x%□箱，累计商业占比xx.x%□

### 二、明确目标任务，提高基础管理水平

(1) 明确目标任务，强化考核引领。年初，根据吕厂长提出目标任务分解到责任人、到线路、到商户的总体要求，首先xx区进行了任务和绩效分配模式的改革。根据市场实际情况，将原来按片区划分任务、类似平均绩效分配的模式，改变为按xx区客户经理划分，二次绩效按也业绩分配的模式，也就是xx市场团队品牌推广经理，与xx区xx个客户经理，按

负责商户数量进行对接划分，工商沟通直接责任到人。其次是任务分解到线路、到零售终端商户。将目标任务，依据20xx年客户经理负责的线路和零售终端商户销量比例，直接分解到客户经理和品牌推广经理；在月度工作任务中，在统筹去年市场和今年同期市场的基础上，将月度目标任务分解到品牌推广经理，同时，每天利用qq将每个人月度完成情况，按线路进行通报。三是绩效工资二次分配改革。绩效工资二次分配打破平均分配模式，按照多劳多得的原则，依据目标任务完成率分配；同时，根据每月市场实际xx销区适时分别开展了上柜率专项考核，劳动竞赛、增量扩销之星等专项活动，激励大家提高积极性和创造性。

(2) 狠抓基础管理，提升终端服务水平。为提高市场响应速度和适应市场化改革，根据张厂长提出的要掌握终端零售商户主动权的要求，更好服务零售终端，首先xx区建立了终端零售商户总台账。台账内容细化到客户代码、专卖许可证负责人、零售店地址、订烟人姓名和联系方式，访销周期、客户经理，品牌推广经理，使用网络，业态分类等信息。其次建立零售终端商户分台账。每名品牌推广经理手机，按客户经理线路和访销周期建立分台账，提高走访服务针对性和及时性。如每个零售终端使用网络信息，在日常访销过程中，无论是联通、移动或电信网络出现故障时，品牌推广经理能够很快发现当时那些终端零售商户出现问题，将问题原因及时通知到零售终端商户，采取有效补救措施，解决零售终端商户因网络故障订不上烟的问题，提高对终端零售商户的服务质量和体现服务的及时性，解决零售中终端商户的后顾之忧，与终端零售商户建立良好的沟通关系。第三推行零售终端商户分类管理xx烟草公司对辖区零售终端商户，按照总体销量、百元价位销量和品牌培育三个指标，对xx地区所有信商盟商户实行季度动态评比，分成中华大户、中户和小户，按此分类进行优质货源的分配，在实际运行中，我们发现一些中华大户因种种因素，销售我们xx品牌能力较弱，给我们品牌推广带来不利影响，为解决此问题，在xx区推行零售终



端商户分类管理，也就是将新商盟商户按照xx销量进行abc分类□a级为核心商户□b级为重点商户□c级为普通商户□d级为拓展商户。每名品牌推广经理依据分类，从走访周期、助销物料使用等方面，开展具有针对性的走访服务和促销活动，以此促进工作质量的提升。

### 三、积极适应新常态，推行订单走访模式

(1) 提高思想认识。厂部领导多次在市场营销会议中明确提出，要把订单走访、采集模式作为市场化改革取向中的营销新模式。订单采集不仅仅有助于掌握市场，控制商户，而且对于提升xx品牌上柜率、动销率、知晓率、覆盖率起着至关重要的作用。因此，在品牌推广经理日常走访过程中，要求以订单采集为导向，深入扎实开展好订单采集工作。

(2) 收集订单。一是增强商户信任度和配合度，逐步适应订单走访模式，保障订单工作顺利开展。品牌推广经理日常走访过程中坚持以客户为中心，以商户利益为导向，通过聊天“拉家常”的方式拉近与商户的情感，让商户感受到我们热情的同时，更增加对于品牌推广经理的信任。二是掌握商户信息，保障订单准确性。订单采制过程中，为增强订单的准确性和有效性，走访中协助商户盘点库存，对第二天商户订货情况进行摸底，在保证商户利益的前提下，引导商户购进xx品牌的积极性和主动性，并将商户购烟意向准确记录。三是收集整理订单，准确把握订单数据。每天晚上品牌推广经理将采集的订单卷烟的品种、规格、数量统一制成表格，并通过qq传送到县区负责人手中，县区负责人对订单进行汇总，根据商户前期订货量和销售数据对订单进行分析，对于订单差异较大的商户，再由品牌推广经理与商户进行沟通、协调，以便订单数量最大化。四是跟踪订单，确保订单生效。每天上午县区经理负责对前一天采集的订单进行跟踪，发现订单执行过程中有明显偏差，及时通知该区域品牌推广负责人落实原因，从而确保订单有效性。

(3) 建立订单数据分析机制。针对每天采集的订单，收档归案，并与下次订单进行对比分析，增强订单的科学性，月度对整体数据进行大数据分析，根据数据统计结果并对商户订单执行情况进行打分评价。

#### 四、营造高端细支氛围，提升终端品牌推广能力

(1) 积极营造高端细支的稀缺氛围。在天香细支烟投放前□xx区从xx销售大户中筛选出xx户作为投放对象，在定点投放户派发宣传单页、建议零售价xxx元台牌和天香细支授权销售台牌，积极营造高端细支的稀缺氛围。

(2) 坚持以点带面的宣传推广。在天香细支投放后，市场反应比较好，我们认为仅仅依靠现有的定点投放商户，做品牌培育工作还不够，需要更多的终端零售商户去推介，因此，每名品牌推广经理利用日常走访，在没有销售天香细支烟的商户中宣传，提税顺价后进价xxx.x/条天香细支，在朋友和熟人中每条流通价在xxx元左右浮动（浮动区间为xx元），零售价格为xxx元-xxx元之间浮动，该烟的利润空间较大，且容易卖掉，调动终端零售商户购进经营的欲望和积极性。

(3) 采取预售制营销策略。经过几个月的宣传，大部分终端零售商户看到了经营该产品的商机，在货源供不应求的背景下□xx区采取预售的营销办法，由终端零售商户向品牌推广经理提出经营申请，销售xx一二类达到一定标准后，报经市场经理同意，为防止价格下滑，每户每次只给予x条或xx条的经营权利，成为天香细支授权经销户，经市场验证，该烟在市场流通销售形势较好，价格坚挺□x月份引爆了该烟在商户中积极申请预售的形势，同时也引领和带动xx销区其他市场的销售。在货源供应紧张，高额利润的驱动下□xx区终端零售商户的经营积极性得到充分调动□x月份预售约xx箱，已经销售约x箱，还有x箱有待兑现，目前该烟在市场供应严重不足□xx区每月销售该烟x-xx箱，为满足市场供应和品牌推广工作需

要，建议公司和厂部考虑，适量增加在xx区的投放量。

## 烟草营销工作总结9

### 一、召开多级会议，落实保定会议精神，制定实施方案。

保定市卷烟零售行业实行明码实价动员大会结束后，高碑店市烟草专卖局（营销部）立即把工作重点转移到会议精神的传达和工作落实上，于月日下午至月日下午，利用一天半的时间，先后召开了党组扩大会议、班子成员扩大会议及全体干部职工大会，结合会议精神研究起草通过了实施方案，多层次、全方位贯彻落实明码实价工作。实施方案中，成立了组织机构，明确了相关部门的职责，并把任务细化、分解到具体人员身上。在明确思想、统一认识的基础上，明码实价工作在高碑店市已经按步骤，紧张有序地开展起来。

### 二、入户宣传明码实价，协商零售价格，成立自律小组。

客户经理走访客户宣传面要求做到百分之百，宣传内容为明码实价的含义和对零售户的好处，让零售户了解明码实价的意义和操作规程。专卖科和配送科在执法检查和送货过程中在做好本职工作的同时也要同样做好此项宣传工作。自月日起，客户经理入户协商卷烟零售价格，分领中经营业态，征求价格工作认真、仔细，征求比例达到了辖区入网零售户的。月日前，营销科进行了价格汇总，加权平均后以电子表格形式及时上报到分公司营销中心网络管理部。客户经理根据各自辖区实际情况，本着客户就近和交通便利的前提，在全市范围内划分、拟定出个自律小组和小组组长候选人。在发放明码实价宣传材料、张贴价签和价目表的过程中，由全局十二名中层干部组成的个小组，抽调部门科室人员，负责六个辖区内卷烟自律小组的筹备、成立工作。

### 三、抽调其他科室人员，印制、发放实价标签和实价表。

月日从分公司领取回文字印戳和数字印戳，月日，分公司下发了全市卷烟零售价格。局（营销部）党组经认真研究，从办公室、安保科、专卖科、稽查队、专管所抽调精干人员余人，协助营销科于月日至日，三天的连夜加班，高质量地赶制出高碑店零售户所需的万余张价签和张价目表。全局干部职工发扬连续作战的作风，放弃星期天的休息，分成八个小组，对全区个零售户进行入户张贴价签和价表工作。办公室协调全局可用车辆、客户经理、专管员、后勤人员全部加入到这项紧迫而重要的工作中。繁重的张贴任务，在集体力量的作用下，圆满地于月日下午时前完成。

#### 四、多角度、全方位对社会和消费者宣传明码实价工作。

在深入零售户店面张贴烟草局和物价局联合文件基础上，我们在法律宣传日、月日，组织人员在繁华阶段，进行了明码实价的社会宣传，向行人详细讲解卷烟零售实行明码实价给消费者带去的好处。我们在局（营销部）主体楼、城区主干道、主要乡镇悬挂有关明码实价条幅幅，内容主要为“月日全市卷烟零售实行明码实价”。月日，高碑店电视台对我局（营销部）明码实价的实行在中午和晚上的黄金时段进行了专题报道。

#### 五、广泛征求零售户和消费者的意见，并进行信息反馈。

在以上工作进行的同时，我们广泛征求了广大零售户和消费者的意见，对明码实价具体问题给予了详细解释。零售户普遍反映：拥护并支持卷烟零售明码实价，可以避免同行间的恶意价格竞争，能够有效规范市场行为。消费者反映：明码实价后，购买卷烟就近就可以了，减少不必要的路途奔波，任何经营卷烟零售店把价格摆在明处，购买更加放心了。

### 烟草营销工作总结10

#### 一、烟草行业的认识

中国烟草是一个实行专卖制度和“统一领导，垂直管理，专卖专营”体制的特殊行业，多年来为国家做出了突出的贡献，但目前的形势也不容乐观，一是国内买方市场全面形成，消费者对产品的选择居于主要地位，所要解决的矛盾主要是有效需求的问题；二是在入世以后，国内市场国际化日趋显现，中国的市场将逐步对外开放，烟草行业将最终要面临跨国企业的竞争；三是控烟运动在不断推进，烟草的发展将受到进一步的制约等问题。我们在看到行业蓬勃发展的同时，也要居安思危。

## 二、营销工作

从营销的角度来讲，烟草行业由传统商业向现代流通的转变主要体现在行业自身定位的转变，即由“坐商”向“行商”的转变。卷烟产品是一个特殊的产品，感觉和文化色彩高于理性的辨识，产品本身就是对消费者的服务，这就需要把服务意识贯穿于市场营销的全过程，把服务作为产品本身的重要内容，把服务营销和客户关系管理作为产品增值的重要手段。

一要不断创新工作方法。著名管理大师德鲁克在《管理：任务、责任和实践》一书中指出，企业的两项基本职能就是：市场销售和创新。创新意识虽然是贯穿企业的各个环节和各个部门，但在营销体系中更显得直观重要。

创新是企业繁荣与振兴的致胜法宝。任何一个企业，没有不断的永续创新，企业就不能发展和生存，甚至走向倒闭的危险境地。所以，一个优秀的烟草企业营销工作者，必须具备的是极具活力的创新精神，热爱自己企业如生命的神圣责任感，在实际工作中脚踏实地，一步一个脚印的开拓烟草营销工作，创新性地去研究营销方法，只有自己研究出的方法才能铭刻于心，才能使自己对烟草营销工作有更深入的认识，才能为企业占领市场和提高经济效益作出更大的贡献。

二要善于剖析与总结。在实际工作中，烟草营销人员常年活跃在访销一线，面对千差万别，形形色色的广大业户和广大消费者，由于烟草行业的营销人员的素质高低不同，工作效果各有千秋，难免出现这样或那样的偏差，所以，一名优秀的烟草营销人员，必须善于剖析与总结，吸取成功的经验与教训，坚定信心，认清形势，科学判断，不断总结，不断提高，使自己成为烟草行业的市场营销行家里手。

三要善于观察和汲取经验。一个人的知识和水平是有限的，光靠自己是不够的，要想真正搞好烟草营销工作，烟草营销人员就应该用一定的时间专心研究各类营销高手的创新性工作方法，仔细观察业界动态，竭力打造学习型烟草营销人员。古为今用，洋为中用这句话至今仍然具有极大的真理性，尤其是对烟草营销人员来讲，要善于汲取经验，提高自己的理性思维，不断把烟草营销工作推向新的台阶。

烟草营销人员是烟草行业光荣的一员，时代赋予了其神圣的责任，忠诚是每一个烟草人所不可或缺的必备素质，忠诚地为企业服务是其第一行为准则，所以，必须全力以赴地、最大限度地维护国家利益、广大业户和消费者利益，践行“两个利益至上”的原则，最大限度地发挥烟草营销人员的积极性。

## （二）当前国内卷烟营销现状及趋势分析

中国烟草行业卷烟营销，已经经历了20多年的发展。经营模式从早期的大量坐销批发、少量门市批发到访销配送、访送分离，再到电话订货、电子结算等。经过历次变迁，中国卷烟营销模式已逐步向科学、有效、合理、可控的方向发展和完善，并正在由以“我”为中心向以客户为中心转变。

## 烟草营销工作总结11

### 一、上半年主要工作情况

（三）加强网建和零售终端建设，市场基础进一步牢固。

在市局（有限公司）的安排和指导下，\*\*区局（部）上半年对辖区1200名零售户分13次进行了集中培训，大大提升零售户的销售技能，进一步拉近了烟草企业与零售户之间的关系，为今后的各项工作顺利开展打下基础。继续深化订单供货工作，在全区范围内开展社会库存和客户需求情况普查，主要领导、业务经理、业务主管带头深入一线、深入市场、走访客户、摸透实情，切实掌握卷烟市场需求情况，推进订单供货工作从总量预测向单品牌需求预测、月度预测向中长期预测“两个转变”。积极协调银行、零售户与烟草三方关系，大力推行电子结算业务。目前，已有1581户烟草零售户加入电子结算业务，其中城区745户，乡镇驻地836户。加强品牌管理和培育，对重点牌号，尤

## 烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇三

一是实行信访问题专报督察制。

由综合办对发生的信访问题进行排查梳理，并及时报主要领导和 分管领导，对领导批示件再由综合办进行督查督办，限期解决。

对信访问题转报中反映的问题，主要领导每期都作了明确批示， 责任到人。综合办对领导批示件也分别采取电话催办、实地调查 协调、限期解决等措施，进行督查督办，从而使许多萌芽问题得 到有效解决，大量的矛盾得到了及时的化解。到目前为止，没有 发生任何群体上访事件。

二是建立服务制度。即：领导信访值班 制；重大问题召开党组会集中研究制；信访件处理督察督办制；来信来访例会制；重大突发事件应急处理制；信访动向信息快报 制。

三是建立了信访工作责任追究制。研究制订了《县烟草专卖局

《(分公司)信访维稳工作方案》, 进一步提高了责任单位、责任人的责任心, 强化“分级负责, 归口办理”和“谁主管, 谁负责”的原则, 把群众信访落实到单位、责任到人。

四是推行领导 信访接待日制度, 加大初信初访的力度, 提高信访结案率。

开展重复访、越级访、集体访专项治理活动。县局(分公司)把 5 月中、下旬作为集体访、越级访、重复访专项治理时间, 要求各部门要站在大局的高度来思考, 站在发展的高度来处理问题。

对信访案件, 相关部门要认真对待, 并落实好专人负责, 采取一切有利手段、办法、措施协调处理, 并严格在督查督办函限定时间内将结果报送综合办, 加大信访督察督办力度。对信访问题处理情况的督察, 不但综合办进行认真督察, 并且把处理信访问题当做检验部门负责人做工作能力高低的标准来考察。

开展信访大排查, 组织各部门进行拉网式的排查, 对信访重点问题进行排查清理, 进行处理落实, 做到不留隐患、不留死角、不留盲区。对清理出来的, 集中力量重点分析, 研究处理所发生的重点信访问题和疑难案件。创新工作方法, 对信访案件原则上实行属地包干原则, 对确实协调不了的信访问题, 由主要领导亲自参与, 帮助协调, 出面督促支持。

对一些重大问题, 充分发挥在当地工作过的老同志、知名人士、对当地群众感情深的同志的作用, 请他们回去帮助做工作。

我县为提高维稳信访工作质量, 成立了维稳信访工作领导小组, 由局长任组长, 两位分管局长任副组长, 成员为各部门负责人, 由综合办公室具体负责此项工作开展。



今年以来，我局(分公司)的信访工作取得了一定的成绩，但也存在一些不足和差距。为此，下一步，我们将继续完善信访专报督察制，坚持七项服务群众制，不断加大信访问题的督察督办，明确责任，强化措施，切实把信访工作做好、做细、做实，为我局烟草持续快速协调稳定发展创造良好的环境。

## 烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇四

一、烟草行业的认识 中国烟草是一个实行专卖制度和“统一领导，垂直管理，专卖专营”体制的特殊行业，多年来为国家做出了突出的贡献，但目前的形势也不容乐观，一是国内买方市场全面形成，消费者对产品的选择居于主要地位，所要解决的矛盾主要是有效需求的问题；二是入世以后，国内市场国际化日趋显现，中国的市场将逐步对外开放，烟草行业将最终要面临跨国企业的竞争；三是控烟运动在不断推进，烟草的发展将受到进一步的制约等问题。看到行业蓬勃发展的同时，也要居安思危。

二、营销工作 从营销的角度来讲，烟草行业由传统商业向现代流通的转变主要体现在行业自身定位的转变，即由“坐商”向“行商”转变。卷烟产品是一个特殊的产品，感觉和文化色彩高于理性的辨识，产品本身就是对消费者的服务，这就需把服务意识贯穿于市场营销的全过程，把服务作为产品本身的重要内容，把服务营销和客户关系管理作为产品增值的重要手段。

一)对烟草营销工作的感悟一要不断创新工作方法。著名管理大师德鲁克在《管理：任务、责任和实践》一书中指出，企业的两项基本职能就是市场销售和创新。创新意识虽然是贯穿企业的各个环节和各个部门，但在营销体系中更显得直观重要。创新是企业繁荣与振兴的致胜法宝。任何一个企业，没有不断的永续创新，企业就不能发展和生存，甚至走向倒闭的危险境地。所以，一个优秀的烟草企业营销工作者，必

须具备的极具活力的创新精神，热爱自己企业如生命的神圣责任感，实际工作中脚踏实地，一步一个脚印的开拓烟草营销工作，创新性地去研究营销方法，只有自己研究出的方法才能铭刻于心，才能使自己对烟草营销工作有更深入的认识，才能为企业占领市场和提高经济效益作出更大的贡献。二要善于剖析与总结。实际工作中，烟草营销人员常年活跃在访销一线，面对千差万别，形形色色的广大业户和广大消费者，由于烟草行业的营销人员的素质高低不同，工作效果各有千秋，难免出现这样或那样的偏差，所以，一名优秀的烟草营销人员，必须善于剖析与总结，吸取成功的经验与教训，坚定信心，认清形势，科学判断，不断总结，不断提高，使自己成为烟草行业的市场营销行家里手。三要善于观察和汲取经验。一个人的知识和水平是有限，光靠自己是不够的要想真正搞好烟草营销工作，烟草营销人员就应该用一定的时间专心研究各类营销高手的创新性工作方法，详细观察业界动态，竭力打造学习型烟草营销人员。古为今用，洋为中用这句话至今仍然具有极大的真理性，尤其是对烟草营销人员来讲，要善于吸取经验，提高自己的理性思维，不断把烟草营销工作推向新的台阶。烟草营销人员是烟草行业光荣的一员，时代赋予了其神圣的责任，忠诚是每一个烟草人所不可或缺的必备素质，忠诚地为企业服务是其第一行为准则，所以，必须全力以赴地、最大限度地维护国家利益、广大业户和消费者利益，践行“两个利益至上”原则，最大限度地发挥烟草营销人员的积极性。

二) 当前国内卷烟营销现状及趋势分析中国烟草行业卷烟营销，已经经历了20多年的发展。经营模式从早期的大量坐销批发、少量门市批发到访销配送、访送分离，再到电话订货、电子结算等。经过历次变迁，中国卷烟营销模式已逐步向科学、有效、合理、可控的方向发展和完善，并正在由以“为中心向以客户为中心转变。1994年，全国开始农村卷烟零售网络的建设，1997年，全国城市卷烟零售网络建设拉开帷幕。目前为止，全国的卷烟流通，已形成以省级烟草专卖局（公司）为管理主体，州市级烟草专卖局（公司）为经营主体的

格局。全国各地市级烟草公司已基本完成了470多万个卷烟零售户的网络建设。电话订货、电子结算的经营方式，已涵盖所有的城市卷烟零售户，以及农村部分卷烟零售户。随着经营模式的转变，对卷烟经营客户的定位也随之转变。此前，无论是工业企业，还是商业企业，都仅仅是把客户当作销售的对象，随后又上升为服务的对象。随着行业形势的变化，客户作为工商企业赖以生存和发展的资源，受到重视的程度越来越高。从国家局连续出台的几项政策中，可以看出对营销终端的重视。如：“两个利益至上”原则，由于烟草行业的特殊性，国家烟草专卖局提出国家利益和消费者利益是烟草工作的出发点和归宿点，国家利益最终要通过消费者利益的满足才能实现，离开了消费者的利益，国家利益不可能变成现实；“三个满意” 工业企业在经营运行中，要以消费者为中心，以烟草公司、卷烟零售户为纽带。烟草公司、卷烟零售户和消费者满意是卷烟销售工作的目标和方向。工商职责划分，全国烟草实施了又一次重大改革：工商分离，工业主要负责卷烟的生产，商业负责卷烟的流通。这为中国烟草大企业、大品牌、大市场的形成奠定了基础。建立以州市级烟草公司为经营主体的卷烟流通模式。

三）控烟公约生效对烟草营销产生重大影响随着消费者健康意识不断提高，反吸烟浪潮逐渐高涨，西方发达国家吸烟人口呈下降之势。随着《烟草控制框架公约》生效和中国批准加入《公约》卷烟的广告宣传等将受到严格的法律限制。《公约》中明确要求烟盒包装上扩大健康警语面积，卷烟包装需要进行新的设计，以符合《公约》规定。其次，《公约》对烟草广告和促销进行了严格的限制。烟草广告和促销途径越来越少，推广产品的途径受到限制。当前，要认清形势，努力做到以客户为中心，以市场为导向，烟草专卖专营的体制之下，积极探索卓有成效的市场营销道路。通过深入细致的市场调查和研究分析进行市场细分，一方面结合自身的优势；另一方面加强与零售商的合作，科学而合理地利用专卖专营，保证商业渠道的通畅及其功能的发挥。大力加强营销培训，改变我思想观念，丰富我营销知识，提高我营销技能，使我

能更加清醒地认识到当前卷烟销售的形势和市场营销工作的重要性。

四) 加强对零售终端的控制与培训零售终端直接接触消费者,零售户在卷烟的销售中具有举足轻重的作用。大型消费品厂家几乎无一例外地将竞争触角延伸到零售终端。尽管烟草销售渠道的唯一性制约了卷烟企业对零售终端的直接影响力,但是所有大的卷烟企业都在积极服务零售终端,影响零售终端,利用零售终端。所以,通过一定形式和渠道,对零售终端进行培训,帮助他认识企业,认知品牌的同时,使其掌握更多的商业零售知识,以建立长期互信的伙伴关系。烟草营销领域,深度营销指的就是关注终端,让消费者从零售终端接触产品,认知;并接受品牌。所以,零售终端是传递品牌文化的主阵地。对终端进行一定形式的培训和交流,当前卷烟营销的重要内容。市场的稳定和发展必须有高质量、高效率的营销体系的支持。营销体系中最核心的三大功能是跟踪调控、品牌推广和交流服务。对内培训应始终贯穿于这三大功能之中。培训就是要调动员工的积极性、挖掘出员工的潜力。有两个因素使员工能够做好工作:技巧和态度。通过培训,员工得到技巧,通过激励,员工可以建立他去做好工作的意愿。营销人员的基本目标是推销产品,建立商誉和良好的客户关系,维持高效率的工作。市场营销是一项复杂的系统工程。涉及到因素和内容很多。如何让我营销队伍和人员更加全面系统地掌握营销理论知识,丰富他营销技巧,有利于更好地开展工作。团队精神的构建是市场营销活动的重要内容,要取得更大的市场和广泛的品牌传播,需要互相帮助、互相支持、互相关心、团结、向上,加强群体意识和协作能力。可以说营销活动中的每一件事都必须认真对待,并加以贯彻、落实。市场营销活动很复杂,受环境因素的影响很大。环境一旦发生变化,就必须及时调整和改变营销策略,甚至重新制定营销战略。故而,必须对国家的经济政策、行业政策和行业发展趋势作系统的解。关注终端、抓住终端、谁能与终端形成良好、互信的合作关系,谁就能通过终端,把握复杂的动态市场。对外培训,就是为了直接向终端传递品牌

的优势和价值理念，有利于消费市场的培育及消费文化的普及。

## 烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇五

保定市卷烟零售行业实行明码实价动员大会结束后，高碑店市烟草专卖局（营销部）立即把工作重点转移到会议精神的传达和工作落实上，于月日下午至月日下午，利用一天半的时间，先后召开了党组扩大会议、班子成员扩大会议及全体干部职工大会，结合会议精神研究起草通过了实施方案，多层次、全方位贯彻落实明码实价工作。实施方案中，成立了组织机构，明确了相关部门的职责，并把任务细化、分解到具体人员身上。在明确思想、统一认识的基础上，明码实价工作在高碑店市已经按步骤，紧张有序地开展起来。

客户经理走访客户宣传面要求做到百分之百，宣传内容为明码实价的含义和对零售户的好处，让零售户了解明码实价的意义和操作规程。专卖科和配送科在执法检查和送货过程中在做好本职工作的同时也要同样做好此项宣传工作。自月日起，客户经理入户协商卷烟零售价格，分领中经营业态，征求价格工作认真、仔细，征求比例达到了辖区入网零售户的。月日前，营销科进行了价格汇总，加权平均后以电子表格形式及时上报到分公司营销中心网络管理部。客户经理根据各自辖区实际情况，本着客户就近和交通便利的前提，在全市范围内划分、拟定出个自律小组和小组组长候选人。在发放明码实价宣传材料、张贴价签和价目表的过程中，由全局十二名中层干部组成的个小组，抽调部门科室人员，负责六个辖区内卷烟自律小组的筹备、成立工作。

月日从分公司领取回文字印戳和数字印戳，月日，分公司下发了全市卷烟零售价格。局（营销部）党组经认真研究，从办公室、安保科、专卖科、稽查队、专管所抽调精干人员余人，协助营销科于月日至日，三天的连夜加班，高质量地赶制出高碑店零售户所需的万余张价签和张价目表。全局干部

职工发扬连续作战的作风，放弃星期天的休息，分成八个小组，对全区个零售户进行入户张贴价签和价表工作。办公室协调全局可用车辆、客户经理、专管员、后勤人员全部加入到这项紧迫而重要的工作中。繁重的张贴任务，在集体力量的作用下，圆满地于月日下午时前完成。

在深入零售户店面张贴烟草局和物价局联合文件基础上，我们在法律宣传日、月日，组织人员在繁华阶段，进行了明码实价的社会宣传，向行人详细讲解卷烟零售实行明码实价给消费者带去的好处。我们在局（营销部）主体楼、城区主干道、主要乡镇悬挂有关明码实价条幅幅，内容主要为“月日全市卷烟零售实行明码实价”。月日，高碑店电视台对我局（营销部）明码实价的实行在中午和晚上的黄金时段进行了专题报道。

在以上工作进行的同时，我们广泛征求了广大零售户和消费者的意见，对明码实价具体问题给予了详细解释。零售户普遍反映：拥护并支持卷烟零售明码实价，可以避免同行间的恶意价格竞争，能够有效规范市场行为。消费者反映：明码实价后，购买卷烟就近就可以了，减少不必要的路途奔波，任何经营卷烟零售店把价格摆在明处，购买更加放心了。

## 烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇六

20xx年xx区市场团队坚持终端市场建设和品牌培育，坚持xxx省产卷烟销量是基础□xx品牌销量是关键□xx一二类卷烟销量是核心xxx的总体要求，上半年共销售省产卷烟箱，累计商业占比xx%□销售xx品牌卷烟xx箱，累计商业占比；销售xx一二类卷烟箱，累计商业占比。

（1）明确目标任务，强化考核引领。年初，根据吕厂长提出目标任务分解到责任人、到线路、到商户的总体要求，首先xx区进行了任务和绩效分配模式的改革。根据市场实际情

况，将原来按片区划分任务、类似\*均绩效分配的模式，改变为按xx区客户经理划分，二次绩效按也业绩分配的模式，也就是xx市场团队品牌推广经理，与xx区xx个客户经理，按负责商户数量进行对接划分，工商沟通直接责任到人。其次是任务分解到线路、到零售终端商户。将年度目标任务，依据20xx年客户经理负责的线路和零售终端商户销量比例，直接分解到客户经理和品牌推广经理；在月度工作任务中，在统筹去年市场和今年同期市场的基础上，将月度目标任务分解到品牌推广经理，同时，每天利用qq[]将每个人月度完成情况，按线路进行通报。三是绩效工资二次分配改革。绩效工资二次分配打破\*均分配模式，按照多劳多得的原则，依据目标任务完成率分配；同时，根据每月市场实际[]xx销区适时分别开展了上柜率专项考核，劳动竞赛、增量扩销之星等专项活动，激励大家提高积极性和创造性。

(1) 提高思想认识。厂部领导多次在市场营销会议中明确提出，要把订单走访、采集模式作为市场化改革取向中的营销新模式。订单采集不仅仅有助于掌握市场，控制商户，而且对于提升xx品牌上柜率、动销率、知晓率、覆盖率起着至关重要的作用。因此，在品牌推广经理日常走访过程中，要求以订单采集为导向，深入扎实开展好订单采集工作。

(3) 建立订单数据分析机制。针对每天采集的订单，收档归案，并与下次订单进行对比分析，增强订单的科学性，月度对整体数据进行大数据分析，根据数据统计结果并对商户订单执行情况进行打分评价。

(1) 积极营造高端细支的稀缺氛围。在天香细支烟投放前[]xx区从xx销售大户中筛选出xx户作为投放对象，在定点投放户派发宣传单页、建议零售价xxx元台牌和天香细支授权销售台牌，积极营造高端细支的稀缺氛围。

(2) 坚持以点带面的宣传推广。在天香细支投放后，市场反

应比较好，我们认为仅仅依靠现有的定点投放商户，做品牌培育工作还不够，需要更多的终端零售商户去推介，因此，每名品牌推广经理利用日常走访，在没有销售天香细支烟的商户中宣传，提税顺价后进价条天香细支，在朋友和熟人中每条流通价在xxx元左右浮动（浮动区间为xx元），零售价格为xxx元-xxx元之间浮动，该烟的利润空间较大，且容易卖掉，调动终端零售商户购进经营的欲望和积极性。

(3) 采取预售制营销策略。经过几个月的宣传，大部分终端零售商户看到了经营该产品的商机，在货源供不应求的背景下□xx区采取预售的营销办法，由终端零售商户向品牌推广经理提出经营申请，销售xx一二类达到一定标准后，报经市场经理同意，为防止价格下滑，每户每次只给予x条或xx条的经营权利，成为天香细支授权经销户，经市场验证，该烟在市场流通销售形势较好，价格坚挺□x月份引爆了该烟在商户中积极申请预售的形势，同时也引领和带动xx销区其他市场的销售。在货源供应紧张，高额利润的驱动下□xx区终端零售商户的经营积极性得到充分调动□x月份预售约xx箱，已经销售约x箱，还有x箱有待兑现，目前该烟在市场供应严重不足□xx区每月销售该烟x-xx箱，为满足市场供应和品牌推广工作需要，建议公司和厂部考虑，适量增加在xx区的投放量。

## 烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇七

今天在市局领导的亲自指导下，召开了这次述职大会，烟草述职报告。这对我们承前启后，全面完成各项工作起到极大的推动作用。

襄城局（营销部）在市局党组的正确领导下，在地方政府和市局各职能部门的大力支持下，克服品牌置换带来的市场困难，坚持以人为本的工作理念，推动企业工作全面发展；坚持服务市场、服务客户，促进卷烟销售；坚持专销结合，净化卷烟市场，坚持“抓住总量不放松，品种配置保结构，提高



“三率”抓安全，强化管理保任务”的工作思路，全体干部职工团结奋斗，迎难而上，上半年较好地完成了各项各项经济指标和工作任务实现了襄城局安定团结无信访；安全工作无事故，查处案件无复议，执法管理无诉讼，引导消费无投诉的工作新局面。以下从两个方面向在座领导和同志们做一个汇报。不妥之处，请批评指正。

随着国家局“做大做强”战略的逐步推进，烟草行业的改革不断深入，湖北烟草“一厂两牌”的改革步伐不断加快。今年以来,红金龙品牌置换到位，对我局的卷烟销售工作造成巨大压力，消费者的吸食习惯受到冲击，零售户的经营不畅，市场销售不活，面对种种市场困难，一班人思想统一信念坚定，始终围绕把市场做畅，使卷烟销售稳中有升来思考问题，安排部署工作。

一是坚持一月一次经济运行分析会，达到统一思想，明确目标，调整市场服务措施之目的，坚持每月将任务分解到部，划分到线，落实到人。以天保旬、以旬保月、以月保年。每月的第一个工作日，将任务分解表，发到每个客服部。让大家早知道，自己每个工作日的工作任务，早思考落实措施与方法，早进入工作状态。特别是四月、五月六月份，市场矛盾错综复杂社会库存量大等困难，又面临梅雨季节的到来，我们一方面加强管理，实行每日销售台帐式管理，做到每日公布各客服部当天销售情况。一方面积极调整服务策略，在积极引导，推介品牌的同时，手把手现场教零售户卷烟防霉度夏知识和技术，并印制了1500多份友情提示卡片发放到辖区经营户手中，把零售户的事，当作我们烟草自己的事，把零售户的利益，当作我们自己的利益，维护好、保护好、落实好。零售户经营的卷烟品种平均达十七、八个，落实卷烟零售标价工作遇到一定阻力，我们在先宣传，说明标价对大家提高经营卷烟利润有大的帮助，是烟草为维护和保障零售户合法利益的举措的同时，集中全局上下，利用休息时间规范制作价格标牌45000多个。一户一户，一个品种一个品种，上门贴到经营的货柜上，用我们的行动，让零售户深感烟草

是其合法利益的维护者。

二是加强市场监控，严厉打击违法经营行为。专卖市场管理多年来，留给零售户的印象就是查烟。但形势的发展要求我们在工作中既要体现法律的威严，更要体现我们是零售户合法利益的维护者。在工作中，我们创新专卖管理日常工作方法，从宣传疏导入手，清品种查库存，提建议。从交谈中发现线索，从服务中挖掘线索。一方面宣传政策法规，引导零售户关注制假、售假等违法行为，同时向零售户发放四部联合通告1500多份，向社会和零售户赠送6月14日襄樊日报20xx多份，公布举报电话，鼓励零售户和社会各界参与并支持配合烟草打私、打假行动，共同规范卷烟市场，维护零售户的合法利益和消费者的合法利益不受侵害。我们今年内查获的6起售假窝点，就是在平常工作中与零售户交谈发现的线索。另一方面，使用“疏、查、堵”的方法，抽调人员，组成专班与高速公路管理局协作在二个高速公路入口处设立检查站。堵住违法三烟流入。清理区内茶楼、酒楼、宾馆等高档消费场所，切断违法三烟的主要消费供应链，净化市场，维护消费者和经营户的合法利益，提高市场占有率。

三是提供差异化服务，引导市场消费。全局上下围绕卷烟销售克服重重困难。始终坚持服务市场，服务零售户不动摇，主动深入市场，拜访零售户，做到不漏户；放弃休息时间服务零售户，不漏一家。拼服务，赢市场，促销售。客户管理在“打招呼、谈经营、看品种、算库存、提建议、上销量”的工作规范下各显其能，各尽其责，心里装着销售，两腿跑着市场，用真情换真心，用服务赢市场，顶着市场压力，克服品种置换带来的重重困难，实现了四一六月份连续超计划累计255箱的局面。圆满地完成了各项经济指标。

## **烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇八**

为了学习之前从未接触的医学知识，提高处理实际问题的能力，丰富实际工作和社会经验，掌握操作技能，也为了适应

当今社会发展的需要，我始终通过理论联系实际，将所学知识用于实际工作上。还清楚的记得文娇姐常告诉我们“态度决定一切”，有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。因而我们都受到了文娇姐那充满激情的态度的影响，我也总是想着充满激情的对待每一位顾客。尽管有时很厌烦，但是我还是想着文娇姐曾对我们的耐心教导，我还是认真去完成了。

在这39天中，我认真完成工作，努力学习，积极思考，在各工作方面都取得很大的进步。

第一，主动做好自己的分内事情，有计划、有步骤、有重点的抓好自己的各项工作，做到忙而不乱。

第二，工作中录入客户信息、礼品发放等做到稳重、准确、及时，不出差错。

第三，发放宣传单、拜访顾客体会到了很多的酸甜苦辣。面对顾客一次次的`拒绝，我没有退缩，我勇往直前。象尹生威这位顾客，自己很想办会员，可是妻子特别的反对。他觉得我公关能力还可以，就叫我去他家说服他妻子。去他家拜访时，刚一进门，我向阿姨说了尹伯伯身体不好，我们不放心，就送他回来之后，没想到阿姨很不高兴，就开始大骂起来，而且一声声的“小姐”叫得我很心寒。虽然我觉得很委屈，但是我也没想那么多，心中就想着怎么说服阿姨。没想到阿姨更凶了，反正就是不愿办会员，他家有5个医生，她总认为尹伯伯是有病(他患有高血压、腰肩盘突出)，现在是要治病，而理疗只是调理，是不能治病的。经过一段时间的讲解，也通过跟阿姨聊家常最终感动了阿姨，我和她哭成一团，她不怀敌意了。可是会员还是没有办成，但是相信以后会办的。因为她答应让尹伯伯每天来做理疗，到年底看效果，到时候会买产品的。

第四，顾客跟进。通过特殊的节假日(如：感恩节、每周六测

血糖等)，我给顾客打电话，进一步增进了感情；同时也通过走访顾客家庭，我进一步了解到了顾客的家庭情况。虽然每次要花费一笔钱，但是我觉得很值得。这种缘分很难得。

一、丰富了理论知识。健康行业仅有8年发展历史，是个朝阳行业。通过师兄师姐的工作实践的总结和其他相关理论的嫁接，对健康行业的理论体系初步有了框架性的认识，从而可提高我们的理论水平。

二、拓宽了视野。谷总、向大哥、文娇姐教了很多知识。我们没有接触到或思考的问题，他们已在实践，使我们思路大开，有豁然开朗的感觉。

三、了解了操作技巧。通过看杜云生老师的系统讲解，都是实践的精华，解决问题的钥匙，对于提升我们的操作水平大有裨益。

四、结识了朋友。同事之间、同事与领导之间，通过每天晚上的学习，相互切磋，探讨问题，互相启发，既教学相长，互相提高，又增进了感情，建立了友谊，为行业的共同发展创造了条件。

五、自参加临湘人泰学习以来，收获颇丰，深感系统学习的必要，对于提升我的素质和经营管理水平具有重要意义。

总之，从10月10日来到公司工作起，虽然会遇到很多的出乎意料的事情，但是我会继续努力，把这些挫折当成我人生中最宝贵的财富。认真做好每一件事情。

## **烟草营销部门工作总结 烟草营销工作总结共篇九**

今年，我局(营销部)在市局(公司)、县委、县政府的正确领导下，在各有关部门的大力支持配合下，始终遵循“以规范

促发展，以服务增效益”的企业理念，以“四个一流”和“两个不坏”为目标，以规范经营为工作重心，狠抓结构调整，企业效益持续、稳定地提升，较好地完成了今年工作任务。

### 几项主要经济指标完成情况

2. 销售卷烟7266.9箱，较上年同期增加339箱，增长4.89；实现销售收入6755.82万元，同比增加1172.82万元，增长21.01。

3. 今年实现毛利1298.42万元，较上年同期934.3万元增加364.12万元，增长38.97；综合毛利率为19.24，与去年同期16.73相比增长2.51个百分点；单箱毛利为1786.76元，与去年同期1348.6元相比，增加438.16元，增长32.49。

回顾半年来的工作，我们主要是从以下几个方面努力的：

一、进一步维护组织结构调整成果，注重学习，加强培训，强化监督，全力创建学习型企业，保障持续、健康、稳定发展。为全面落实国家局“深化改革、推动重组、走向联合、共同发展”的主要任务，今年我局在正式取消县级公司法人资格，成立营销部以来，局(营销部)党组高度重视，多次召开会议进行研究、及时调整思路、研究对策和办法，并以此为契机，加强对局(营销部)人力资源的整合，利用召开会议、专题讨论、个别谈心等形式，完善和加强对月工作任务完成的考核，进一步增强全体员工危机意识、责任意识和效率意识，以饱满的热情投入到工作中去，确保“人心不散、步子不减”。因此，半年来，单位干部职工情绪稳定，始终保持敬业爱岗、兢兢业业的精神风貌。

以人为本抓党员干部职工的思想教育。一是分层次及时传达、学习上级纪检监察会议精神；二是狠抓党员干部的职业素质教育，包括发放一些相关的书籍、组织专题党课教育等；三是注重正反事例的宣讲，重点收集了行业内发生的部分案例在局

务会、党务会和职工大会上讲解；四是经常性地开展党纪规章制度的学习。5月初组织全体员工学习了“身边先进党员”感人事迹，并开展认真讨论，增强了员工的成才意识，掀起一股学先争先赶先的竞争热潮，使员工深刻体会到先进模范人物既可敬可爱，又可学可比。全体干部职工政治素养的不断提高，为我局(营销部)顺利完成今年经济指标任务提供了有力的思想保障。

持续加强对员工业务技能的培训。今年，我们开支几千元购买营销、管理类书籍发给全体员工，利用双休日对员工进行客户关系管理、卷烟营销、专卖管理等方面的培训，并结合工作中的实际案例进行讲解，使之融会贯通。并推行痕迹管理，要求职工每天填写工作日志，在工作中发现问题，用所学的知识去解决问题。认真组织职业技能鉴定的申报工作，鼓励和支持员工参加学习，提高素质。同时，通过政策、经济形势教育，市场环境分析，营销工作点评等多种形式的交流学习，使全员综合素质有了一定的提高。

不断完善单位内部管理制度，强化监督考核。为了形成企业良好的工作氛围，员工良好的工作习惯，我局(营销部)在原有的规章制度上进行了进一步的修改完善，建立健全了责任到部门，内部考核细则细化到个人，考核结果与工资奖金直接挂钩的企业员工考核制度，编集成册，发放到人，并严格按细则要求加强对各项制度及任务完成情况的监督考核力度。同时，成立了考评领导小组，小组条块结合，分工明确，每月根据考核细则对各部门进行常规性或突击性的检查，发现问题，严格扣分，决不留情。并将每月的考核情况在职工大会上进行通报讲评，使各项规章制度落实到实处，较好地起到了奖勤罚懒、奖优罚劣的作用，促进了员工责任意识和效率意识的提高，增强全体员工的工作自觉性。为企业的持续发展提供了秩序保障。

另外，单位还注重人力资源的梯级培养，给素质较高的年轻人压担子，勤督促，严要求，使其自我加压，自我约束.能尽

快适应岗位需要，进入角色。今年机关党支部又将一名积极要求进步、工作能力强的入党积极分子吸收到组织中来，为单位的可持续发展提供人力资本支持。

二、以规范经营为工作重点，不断提高网络运行质量，保持销售平稳、结构优化、效益增长的良好发展态势。

1. 提高认识，规范经营，严格自查自纠，坚决杜绝卷烟体外循环现象的发生。随着国家局、省局对规范经营、治理卷烟体外循环工作的逐步深入，我们深刻认识到这是关系到烟草行业生存和发展的“饭碗工程”，必须按照规定狠抓落实。在不断调优结构、尽量满足辖区内经营户需求、努力提高企业效益的同时，我们对今年的卷烟规范经营方面存在的问题进行了认真的自查自纠，加强了对销售人员的培训，在思想上高度重视，不断规范卷烟经营行为，认真按照上级有关部门的规定做好卷烟销售工作。

2. 整合营销，优化结构，实现三个转变。

一是经济增长方式实现了由数量效益型向结构效益型的转变。表现在低档卷烟不能满足供应的情况下，积极引导消费，利用有限的紧俏烟资源，科学投放，加强对终端市场的调控。同时，在卷烟购进上一至三类卷烟比例明显上升。今年共购进一至三类卷烟3677大箱。此外省外名优卷烟的市场培育和销售力度也有所加强。今年共销售省外名优卷烟163箱；增加89箱，销售毛利同比增长12.4万元。

二是信息化建设实现了由功能单一型向信息共享型转变。以电话订货为契机，在信息化建设方面取得较快发展，卷烟分销与专卖管理系统软件的成功运行，达到了信息集中管理的目的，实现了物流、商流、资金流、信息流的实时共享，使经营工作和专卖管理实现了“一网通”。为专销结合及客户关系管理向纵深发展提供了技术支持。

三是管理方式实现了由被动接受向主动思考的转变。在新旧模式交替的关键时刻，在电话订货的运行、货源的分配、三员的沟通、客户经理职能的发挥等方面，积极出主意、想办法，超前性地开展工作，进行有益的探索，比如为配合客户经理职能的转变，我们自行设计印制了《客户工作日志》、《经营户信息采集表》等三种表格，取得了良好的效果。

4. 不断加强客户服务职能，力争实现“三员”有机结合、无缝对接，构成完整的客户服务管理系统，增强服务的针对性和时效性，不断提高客户的满意程度。

一是充分发挥呼叫中心在客户关系管理中的火车头作用。我们在强化电话订货员普通话培训的基础上，制定了一套服务规范用语，让广大的卷烟零售户在温馨、和谐的气氛中完成卷烟的订购工作。

二是利用客户服务热线架起与客户的“连心桥”。目前我们所接办的热线电话向客户提供申告、投诉等多项服务，基本满足了客户的需求，受到广大卷烟零售户的好评。不但扩展了监督的主体范围，也必将推动整个营销工作的规范化，理顺销售的业务流程。下一步我们计划要在服务热线电话接办的规范上下工夫，使之制度化、程序化，在零售户与烟草企业之间架起一座沟通的桥梁。

三是寓服务于网建工作之中。我营销部当前进行的一系列网建改革，是按照国家局提出的“电话订货，网上配货，电子结算，现代物流”的目标和要求进行的。在网络建设的过程中，我们把服务贯穿到全过程，不搞形式，不走过场，扎扎实实地做好各项基础性工作，把服务顾客的意识放在首位，提高客户的满意度，夯实网建基础，使卷烟销售网络真正经得起时间和开放的考验。

四是制定了客户经理考核办法，督促他们加强与零售户的感情联系，帮助零售户进行市场分析和市场预测，引导他们销



售卷烟和调整结构，从而使零售户的利益得到保障。同时，我们还针对客户的规模、性格及家庭情况，开展差异化、个性化服务。对社会弱势群体，我们常常让客户经理上门了解需求，帮助其解决实际困难。这样既提高了工作效率，又体现了我们的“便民”思想。

### 三、严格监控，强化管理，创造良好的经营环境

1. 增强服务意识，加强法律宣传，优化执法环境。利用“3.15”消费者权益保护日和“4.25”送法律下乡活动，发放宣传资料3000余份，制作板报、悬挂宣传横幅、开展假冒卷烟识别咨询以及日常的检查走访，加强对与烟草相关的法律法规的宣传，使经营户和消费者《烟草专卖法》有了进一步的了解；同时加强专卖自身形象建设，通过学习《行政许可法》及相关法律条文，进一步改进工作方法，寓管理于服务之中，积极寻求其他部门的配合，为其他各项工作的顺利完成创造出良好的执法环境。

2. 认真开展卷烟体外循环的专项治理工作，切实规范经营行为。认真落实国家局和省、市局的会议精神，强化内部运行机制管理，加强内部卷烟销售、规范管理，专卖内勤员每日通过卷烟营销网络对每个客户经理的销售与专卖管理工作进行监督管理，对于出现的不规范行为，发现一例严惩一例。另外，专卖检查人员坚持每日对辖区市场进行检查。特别是在春节期间，专卖人员每天都保证了一人跟随送货车，既保证了货物、货款的安全，又对卷烟市场进行了监控。同时，我们还结合本地实际情况，协调好与相关部门的关系，建立了密切协作、互通信息、反应快速、联合行动的办案工作机制，充分发挥各自优势，紧密配合，有效地遏制了违规经营行为的反弹，维护了正常的卷烟市场营销秩序。

3. 加强专销结合，着力提高辖区市场净化率。一是每月坚持召开两次专销结合会，相互通报情况，找准问题，对症下药；二是专卖与销售人员的联动考核细则进一步细化，对“三

员”实行捆绑考核;三是实行了“专卖员与客户经理一一对应”的方式,对专卖管理考核细则进一步细化,明确了各片区管理责任并落实到人,有针对性地制定了从专卖分区划片、责任到人、量化考核股长到内勤管理员工作质量考核表和日常工作流程表,从市场管理、规范办案、精神文明建设、专卖综合信息内勤等方面确定目标任务,促使访销员、配送员更加重视辖区市场、专卖员更加关注辖区销量。同时,专卖人员在走访市场中对出现的不正常情况能及时掌握、结合周边价格变动等情况进行综合分析,采取对违规的经营户进行不定期检查、有效监控等措施,提高了对辖区市场的监管能力。今年今年通过线人举报我们共查获两起涉案金额较大的案件,并移送司法机关追究其刑事责任。其中一起是4月份查获的无证运输案件(涉案金额6万余元),一起是5月份在市局的支持配合下查获的销售非法生产的烟草制品案件(涉案金额达23万余元),今年共计出动检查车辆20台次,检查执法人员150余人,查处各类违法、违章案件17起,扣押各类卷烟7473.6条,其中没收假冒烟3198.2条,罚没收入10800余元。辖区市场的净化率得到不断提高。

4. 加强素质教育,专卖执法水平不断提高。我们把切实提高专卖人员的素质、规范执法行为、提高执法水平作为加强烟草专卖管理的首要任务来抓。组织全体专卖人员深入学习了《烟草专卖文明执法行为规范》,并将其与《行政许可法》结合起来,认真分析当前在专卖执法中存在的问题和不足,进一步转变执法观念和工作作风。同时制定了《管理服务诚信公约》,根据烟草专卖法律法规和服务管理体系建立了一套诚信等级考核体系,专卖部门根据这套体系在日常检查和服务中如实记录经营户的相关信息,采取记分的方式按月对经营户进行诚信等级评定,充分调动了经营户自觉守法的积极性。

#### 四、严格整顿,安保工作警钟长鸣

1. 领导高度重视,时刻强化安全意识。无论大、小会议,

局(营销部)党组总是反复强调“安全管理无小事”，坚决杜绝麻痹大意和侥幸心理，反复叮嘱全体员工时刻注意货款、车辆、人身等安全，发现隐患及时处理。单位今年内没有发生任何安全责任事故，较好地保障了单位效益。

2. 认真开展落实专项整顿工作。五月份，为认真落实省局(公司)两个专项整顿工作，进行了认真的自查自纠，对存在安全隐患的一律整改。针对出租门店线路混乱、私自乱接电线的问题，加强对其的检查管理，令其限期整改，尤其是对维修家电门面的氧气、液化气使用加强了管理。

3. 加大检查监督力度，防止各类事故发生。坚持每月对配送分部进行一次不定期的综合检查和目标考核。主要包括配送资金核对、车辆行车登记等。在检查中严格把关，认真核对并做到善于发现问题。对发现不按程序存款、手续缺失以及未按规定时间转款的，一律按照规定给予相应的处罚，决不姑息。从而进一步及早杜绝了事故的苗头，保障了货款资金及时、安全回笼，防止了各类交通事故的发生。

五、后勤保障工作有条不紊，围绕中心工作紧密展开。

1. 顺利通过20xx年档案工作检查。今年，我们完成了对上一年档案的归档工作，并顺利通过了相关部门的检查，因整洁、完备和准确受到检查组的好评。

2. 完善报账制度，加强费用管理。财务上完成好了各项日常工作，按时向国税、地税部门上缴各项税利。严格依照报账制度，对原始发票认真审核，以“该报的一分也不少，不该报的一分也不报”的原则，严把资金关口，确保营销部财经秩序的稳定有序。

3. 热忱服务，为职工解除后顾之忧。生活服务中心始终遵循“全心全意为职工服务”这一原则，想职工之所想，为单位职工提供优质的生活服务。一日三餐准备清洁可口的工作

餐，及时为职工准备了防暑降温用品，保持整洁优美的工作与生活环境等等细致入微的工作，为全体员工解除了工作上的后顾之忧，安居乐业。

## 六、仍需努力的方面

1. 员工综合素质相对滞后，有待提高；
2. 对员工所投入的教育和培训力度不够；
3. 内部绩效管理机制不够健全。

总之，今年通过全体员工的艰苦努力，我们基本上完成了既定的目标，但仍要针对不足之处继续努力，着力改进，使今年效益更上一层楼。

共2页，当前第2页12