

最新烟草专卖月总结 烟草营销工作总结 (优秀5篇)

写总结最重要的一点就是要把每一个要点写清楚，写明白，实事求是。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

烟草专卖月总结 烟草营销工作总结篇一

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11月29日下午至11月30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11月23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100。12月8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248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6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。

12月9日从分公司领取回文字印戳和数字印戳，12月13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20余人，协助营销科于12月14日至16日，三天的连夜加班，高质量地赶制出高碑店零售户所需的5万余张价签和1208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20xx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12月19日下午5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、12月16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20幅，内容主要为“12月20日全市卷烟零售实行明码实价”。12月20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。

烟草专卖月总结 烟草营销工作总结篇二

□

烟草行业对我来说原来是一个陌生的行业，而电话访销对我来说更是一个陌生的职业，初一接触，我必须努力学习专业

知识，尽快进入状况。电脑操作对我来说自然不在话下，但我要熟悉烟草行业的特点，了解电话访销员的工作职责。实行电话访销的其主要目的，一是以较低的经营成本方便快捷地与零售户电话订单，使经营户对我们烟草产生信任和依赖，起好桥梁和纽带作用；二是用最快时间为零售户提供的优质的订货服务。因此，访销员要紧紧围绕公司当前的总体安排和工作部署进行访销，不能有私心，要有团结合作的“蜜蜂”精神，同时尽可能为零售户提供完美的服务，赢得零售户的信任和满意，使我们的“双赢”尽快上轨。有了这些认识，使我明确了工作目标，给自己有了一个定位。

作为一名电话访销员，在接通零售户的电话后，时刻要注意规范自己的访销用语、处事态度，因为它对此次订货的成功与否起着关键作用。首先，我从开场白到订货结束自始至终的言语礼貌是不可缺少的。其次，我对由于零售户年龄层次、文化素质等方面的参差不齐，加之电话交流的局限性，所产生的在沟通上的困难，从不心烦急躁，甚至埋怨挂断，而是始终礼貌待人、耐心解答，要做到百拨不厌、百听不倦、百问不烦，给零售户建立了一个美好的印象，也为公司保持了一个完美的形象。

认真学习公司的各项规章制度，服从工作安排和管理，严守纪律。同时，坚持“客户至上”，统筹兼顾，缓解供需求矛盾，做到紧俏货源的合理分配、名优卷烟的宣传以及卷烟消费结构的提高，最大程度的在满足客户需求的同时也让我们的利益达到最高。为了使货源能给经营户更合理的分配，让经营户在最大程度上的满意，我们现在实行了半月轮访制，每半个月换一次访销路线，这为我们下一步的“滚动式”访销奠定了良好的基础。追求卓越，是我们永恒的目标。

经过近半年的烟草访销工作，也发现了我很多的不足之处，在今后要不断完善和改进，做到扬长补短。新的一年，我将继续努力，做好访销工作。

作为电话访销员，我们直接面对的是零售户。零售户作为烟草商业企业与消费者的中介，它可以直接反馈消费者的消费倾向，有助于我们划分不同的消费群体。所以我们的任务不仅仅是访销与订货，还要宣传产品、维系与零售户的关系、进行售后服务，增强服务意识。要像其他优秀的服务行业一样，以零售户为“上帝”，摆正自己的角色，尤其成为wto成员后对烟草业的卷烟专卖的影响，我们要逐步扭转烟草职工内部和社会上对烟草行业是“官商”的认识。作为烟草人，我们应有感为人先的“蜘蛛”精神，加强与零售户的交流和沟通，听取他们的意见和需求，不断地改善自身的工作，只有这样，才能使相互间的关系变得融洽。

作为电话访销员要具备敏捷的思维应变能力、高效的工作节奏、过硬的业务知识、娴熟的访销技巧。这些也只有通过其自身不断的勤奋努力、狠下苦功才能得以锻炼和提高。我认为在今后要做到：一要“勤学习”，电话访销员不能仅满足于已掌握了卷烟营销业务知识和电访基本技能，还要加强对统筹知识、语言技巧、心理学等边缘学科的学习，不断提高访销水平。同时，根据不同的时期紧急“充电”，如新品牌上市，就需要“突击”学习，对新品卷烟的口感、价格、包装、档次等熟练掌握。二要“勤思考”。在访销过程中遇到访销工作流程、方式方法上存在的一些问题和零售户反映的一些好的建议，要充分利用我们目光锐利的“老鹰”精神，勤于思考，具有一定的市场洞察力，勇于创新，认真对问题进行分析研究，查找原因，做好整改，不断提高访销成功率，做到精细化和标准化。

“真诚到永远”。由于电话访销工作特点，更需要真诚的心态为零售户服务，只有真诚才能得到业户长期的认可、支持和信任。真诚交流，信息互动，认真打造诚信烟草网络，让真诚感动客户，从而赢得市场，赢得信任，赢得效益。本着“一切从客户出发，一切为客户着想，一切对客户负责，一切让客户满意”的原则，为客户提供快捷高效的服务，继续推进沟通多元化，服务个性化，结算快捷化和配送智能化。

以客户为中心，使真诚成为我们的营销法宝，有力推进晋中烟草的持续发展。我相信，晋中烟草在能力强、高素质领导的带领下有辉煌的昨天，更会有灿烂的明天！同时今后我将会在各级领导的关心指导，同事们的热情帮助，再加上我个人的努力，将继续立足本职工作，踏踏实实，兢兢业业，从我做起，从小事做起，从实事做起，尽自己最大努力，为客户提供接近完美的服务。本着“客户的需求是我们永恒的追求”为目标争做一名优秀的电话访销员！

烟草专卖月总结 烟草营销工作总结篇三

我是****烟草的一名客户经理，从今年六月份以来，积极响应公司号召，紧紧围绕“对您负责、让您满意”的浙烟宗旨，并积极配合专卖管理员、送货员、电访员，顶高温战酷暑，任劳任怨，扎实做好辖区的业务访销工作，使卷烟销售实现合理定量前后的平稳过度，基本完成各项考核指标：6月份，我辖区共销售各类卷烟160.5箱，完成考核任务的107%，省外烟占总销量的33.8%；在城区新红“白沙”上柜率达95%以上，在城郊片达70%以上，城区片电子结算率达78%，各项指标与去年同期相比都有所提升。

1、紧抓卷烟结构调整，努力提高省外卷烟所占比重。根据**烟草公司省外烟销量所占比重不到30%的现状，我在平时走访中，有侧重点地对省外烟进行了上柜，对黄“芙蓉”、汉“双喜”，新红“白沙”，“黄果树”系列，一品“黄山”等，着重进行卷烟包装、口味、价格等方面的宣传，不但让零售户进一步认识这些省外烟的特点，同时还让消费者更多的了解省外的品牌卷烟，以提升省外烟的销量比重。

2、密切注视大户及一些销售异常户经营动态。对销量有异常的零售户，尽快找出原因，及时与零售户取得沟通；对发现有违规经营的零售户，则以净化单的形式，及时与专卖管理员取得联系，将出现的问题尽快得到解决。

3、客户投诉热线宣传到位。同时把我们自己的手机告知辖区内每一位零售户，以便和零售户沟通，及时发现问题，解决问题。

4、积极做好访销服务工作。坚持卷烟供应合理定量，在货源供应、服务上一视同仁，经常性地提醒零售户做好订货前的准备工作，以提高订单的准确率，并巩固卷烟明码标价。

5、与广大守法卷烟零售户经常联系、沟通，以取得他们的信任，从而更深入的了解市场行情，为公司业务开拓经营提供决策。

6、与电访员及时沟通。如遇天气不好或在订货时出现差错，我主动与电访员取得联系，对有困难的卷烟零售户，及时到零售户店中帮助订货。

1、零售户卷烟订单出现差错较多。卷烟品种多，电访员订货时速度太快，较多的零售户讲**方言而不会讲普通话，在订货时电访员没有及时核实零售户所订卷烟的数量和品种，电信线路出故障等等原因会导致订单出现一些差错。

2、假烟销售比较猖獗。“某某店里卖假烟”是我们在平时走访中听到较多的话。合理定量后，经烟大户的货源受到严重压缩，大户的货源短缺现象日趋明显，而经烟大户又不甘心将已占有的一部分市场份额拱手相让，于是就想方设法乱渠道购进非法卷烟，其中大部分为假烟，从而导致目前私假卷烟比较猖獗。近期假冒卷烟以“红双喜”、软“牡丹”、明珠“西湖”、软“新安江”、老“雄狮”、硬长嘴“利群”、“双叶”及“三五”等最为常见，对公司的业务开拓经营形成较大冲击。

3、大户到小户处购烟加剧。目前出现部分小户为大户代订货现象，也有较多大户到小户购买的现象，原因是有些小户某些品牌卖不了，看到有钱赚，就卖给大户，大户就以高于公

司批发价每件5元、10元的价格购买。

4、紧俏烟的供需矛盾主要为薄荷类卷烟绿“双叶”。进入六月份，绿“双叶”需求量逐日上升，绿“双叶”的供需矛盾日趋明显。由于绿“双叶”的口味不比薄荷“五一”差，价格比薄荷“五一”价格低2元/包等原因，比较多的消费者选择了绿“双叶”。

1、密切注意合理定量后卷烟市场的动态，重点走访农贸市场与综合市场。

2、进一步做好电子结算工作，提醒卷烟零售户主动订货，使得电子结算率和订单成功率能够上一个新台阶。

3、做好零售户的卷烟标价签的更换工作。目前零售户的卷烟标价签破旧现象较严重，在下月的访销中，需要及时更新。

4、100%做好投诉电话宣传单的宣传发放工作，将投诉电话不干胶粘贴在零售户营业场所明显位置。

5、关注零售户的销量波动情况。对卷烟销量波动较大的零售户，及时沟通，并及时与片区专卖管理员联系。

烟草专卖月总结 烟草营销工作总结篇四

20_年，是酒店稳步成长的一年，是酒店提升管理服务的一年，也是成绩辉煌的一年。在这个即将过去的年度里，财务部紧紧围绕“强化经营能力、拓展营销渠道、完善制度流程、控制成本能耗、提升服务水平”的经营思路，遵照_总关于“严格制度、完善流程、加强监督、提高质量”的要求，在成长中努力拼搏，内部管理紧抓工作难点、重点，不断提高员工自身素质和服务技能，克服种种困难，完成了各项工作任务，取得了一年更比一年好的骄人战绩。

一、经营管理方面

1、制度建设和流程管理：一年来，我们对酒店财务制度和 workflows 进行了重新修订，明确了各自岗位职责，完善各种流程工作，加强各流程的可操作性，并根据岗位需求设计、制作、印刷各类经营用表单，使部门内部、部门之间、部门与监管部门的流程运作顺畅，为经营决策提供了准确、详实的依据。

2、补充完善酒店薪酬制度：通过服务销售奖的制定、核算、执行发放，体现同岗不同酬，多劳多得的竞争薪酬制度，合理地配合了酒店工资薪酬改革。

3、会计账务的规范和整理：借助中支内审查账的时机，财务部首先进行了问题自查，后又针对内审查出的问题及时认真地进行处理和改正，拼弃原有的问题和存在的不足，而达到整体账务的规范性；并结合经营的需要制定了新的更适用的会计科目，逐月进行账务规范，以更好地完整地核算经营状况。

4、经营报表的分析和变动：根据经营需要，合理改变报表格式及内容，以便更明确反映各种收入项目；对各季度经营情况进行总结和分析，了解处理存在的问题，为以后经营提供有力借鉴和参考依据。

5、加快往来资金运转：制定完善相应的应收应付账款归集和传递程序及加以表格规范，理清每月应收账款数量，防止死账、呆账发生，加快资金回笼；加强与供应商的联系和协作，保障酒店物资供应，提供后备经营需求。

6、加强账务审核监督：严格监督控制酒店财务政策和财务程序的执行情况，对任何违反酒店财务制度并使酒店遭受损失的任何行为及时坚决予以制止，切实保证酒店利益不受损害。

7、建立合理物资流转程序：合理节能降耗，管理各种材料物

资，有效控制成本，合理核算各种收入成本，监督各种材料物资的购进、发出和保管，建立起各种相关流程和明细台账及记录，加强仓库物资清理整顿和管理，加强出入库手续管理，建立物品存放、使用等程序。

8、加强安全检查监督：树立安全防范意识，安全事故无大小，件件危害皆大，增强安全检查力度，防范各类安全隐患，做到季季大查、月月小查、处处细查、各方面盘查，涉及财物、食品、卫生、办公、操作、环境、人身等各种安全，防患于未然，制定了部门安全检查规范，保证了财务部安全经营，全年无安全事故发生。

9、提高科技操作程度，拓展酒店新业务：依靠本酒店有利办公条件，加强系统操作，加强日常经营系统审核监督，严格监管酒店管理系统的操作及流程操作，认真执行各种表单的操作规程，审查各种收入支出账单，严格按照财务制度要求进行监控和审查原始凭证、现金和物资的出入等；规范系统账户设置，为开展贵宾卡业务和其它新业务奠定基础，使酒店操作、管理再上新台阶。

二、今后努力的方向

其一要发扬团队精神，公司经营不是个人行为，个人能力毕竟有限，如果大家拧成一股绳，就能做到事半功倍。

其二要学会与部门、领导之间的沟通，财务部牵带着酒店每一个点和面，日常业务和每个部门打交道。多听听部门意见与建议，及时发现纠正问题，充分有效发挥会计的监督职能，及时反馈信息给领导层，变被动为主动。

其三还要不断学习业务，多方学习会计新涉及的金融、税务、计算机应用、公司法、企业管理等诸多领域，才能更利于今后的工作。

总的来说，我们财务部做为酒店的后勤部门，我们积极并密切配合着酒店的各种工作。虽然我们进行了很多方面工作，但由于有些制度流程还在探索使用中，有些流程虽然建立了但操作还不够顺畅，还有些流程还要顺应经营进行适时调整，虽然我们也在不断地开展民主评议和员工座谈会，促进企业民主管理，但我们还有许多地方做得不到位，所以在以后新的年度里，我们会继续加强学习，努力地不断完善理顺基础制度流程，加大监管力度，合理控制成本能耗，不断提高我们的服务质量，增强管理参与力度，提高我们的管理水平，制定岗位量化考核标准，体现各岗位实时工作状态，督促岗位尽职尽责地投入工作当中去，让我们紧密团结起来，共同努力，让我们的酒店蒸蒸日上地持续发展，永远立于不败之地。

烟草专卖月总结 烟草营销工作总结篇五

烟草营销是烟草行业工作在最前沿的营销人员，起着承上启下的重要作用，是企业和广大消费者之间的桥梁和纽带，是生产厂家品牌的直接推介人和宣传员，是开拓市场的急先锋和先行者。烟草营销工作总结范文如下，更多详细范文请关注本站。

即将过去，在这一年的时间中在公司和部门领导的带领下，在同事们的帮助和支持下，同时通过自己努力的工作，也有了一些收获，临近年终，有必要对自己的工作做一个总结，目的在于总结经验，提高自己，以至于进一步做好来年的各项工作。

烟草营销是烟草行业工作在最前沿的营销人员，起着承上启下的重要作用，是企业和广大消费者之间的桥梁和纽带，是生产厂家品牌的直接推介人和宣传员，是开拓市场的急先锋和先行者。因此，作为一名烟草营销人员在实际工作中必须

对烟草行业和营销工作有一个全面的了解，为做好烟草营销工作和提高企业经济效益打下良好的基础。现将烟草的营销工作总结。

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，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。

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。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。

随着经营模式的转变，对卷烟经营客户的定位也随之转变。在此前，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”的原则，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。

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。

当前，我们要认清形势，努力做到以客户为中心，以市场为导向，在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。

在烟草营销领域，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，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。

1.烟草营销年终工作总结

2.烟草营销2020年终工作总结范文

3.烟草的营销业绩工作总结-工作总结

4.烟草的营销工作个人总结-工作总结

5.2019烟草营销年终个人工作总结范文

6.烟草营销年终个人工作总结范文2019

7.烟草工作总结范文