

浅谈卷烟市场营销中市场信息的采集 分析与运用

罗婷婷

广西壮族自治区烟草专卖局(公司), 广西 南宁
Email: 68118020@qq.com

收稿日期: 2021年1月4日; 录用日期: 2021年2月10日; 发布日期: 2021年2月24日

摘要

信息是企业发展的重要资源, 对市场信息的收集、分析和运用水平已经成为一个企业彰显实力、提高核心竞争力的重要标志。本文浅要分析了市场信息的内涵及建立科学的信息采集、分析与应用体系对烟草商业企业的重要意义, 并简要的从采集、分析和运用三个环节探讨了如何提高烟草商业企业信息化水平。

关键词

市场, 信息, 采集, 分析, 运用

Discussion on Collection, Analysis and Application of Marketing Information in Cigarette Marketing

Tingting Luo

Tobacco Company of Guangxi Zhuang Autonomous Region, Nanning Guangxi
Email: 68118020@qq.com

Received: Jan. 4th, 2021; accepted: Feb. 10th, 2021; published: Feb. 24th, 2021

Abstract

Information is an important resource for enterprise development. The level of market information collection, analysis and application has become an important symbol for an enterprise to show its strength and improve its core competitiveness. This paper briefly analyzes the connota-

tion of market information and the significance of establishing a scientific information collection, analysis and application system for tobacco commercial enterprises, and briefly from the collection, analysis and use of three links, explores how to improve the level of tobacco business enterprise information.

Keywords

Market, Information, Collection, Analysis, Application

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

孔子曰：明君贤将，所以动而胜人，成功出于众者，先知也。兵法亦有云：知己知彼，百战不殆。这充分说明了情报信息是战场上克敌制胜的关键因素。随着时代的变迁，市场信息变得尤为重要，有报告指出，超过 90%的世界五百强企业都设立了专门的信息收集分析机构。信息作为现代企业重要的战略资源，是企业现代管理和科学决策的重要基础。对烟草企业而言，建立科学的信息采集、分析、运用方法，是获取正确的市场信息，是为零售客户提供优质服务、开展营销策略、提高预测准确率和科学决策的前提和基础。

2. 市场信息的涵义

所谓市场信息就是指在国家现有的经济体制和经营思想指导下，从市场里反映出来的和销售密切相关的商业信息，包括客户信息、政策信息、价格信息、供求信息等。在生产经营过程中，信息资源作为软资源，与硬件资源一样，有着不可或缺、不可替代的作用。而信息的收集、分析和运用是指在整个信息管理过程中，人们收集、加工和输入、输出信息和运用信息的总称。它包括信息收集、信息传输、信息加工、信息储存及信息运用。

3. 建立科学的信息采集分析运用体系对烟草商业企业的意义

案例一：著名的速食面康师傅企业，在开发大陆市场时，经调研部门上万次口味测试信息收集分析，发现大陆人口味偏重，而且比较偏爱牛肉口味，于是以红烧牛肉面作为市场的主打品牌，获取了成功。由上可见，基于客户需求的信息服务是企业信息服务的发展方向，是企业在激烈的竞争中赢得生存和发展的有效办法，是企业实现可持续发展的需要。

当前，构建面向消费者的市场营销体系的提出，建立科学的信息采集分析运用体系，对烟草商业企业而言，市场信息的有效收集分析运用有以下意义：

1) 有助于快速响应消费者需求

以客户价值为导向的“需求动力”模式基本思想认为：企业必须首先了解客户需要你提供(生产)什么样的产品，提供什么样的服务。商业的成功取决于在尽可能降低满足客户需求成本的同时，对变化的客户需求的反应能力。烟草商业企业作为“工业——商业——零售客户——消费者”的中间环节，起着承上启下的作用，通过建立科学的信息采集分析体系，有助于烟草公司及时准确把握零售客户及消费者真实需求，减少信息失真和信息滞后的情况出现，有助于快速响应消费者真实需求，进行相应货源供应和

服务策略的调整，进而减少客户投诉和客户抱怨，提高客户满意度。

2) 有助于提高需求预测准确率

客户需求失真和市场销售失真是影响市场预测准确率的两大因素。为解决需求失真和销售失真，客户经理和营销人员作为预测的前台执行者，需要全面的认识本辖区市场动态和零售客户的经营能力，并对这些信息进行有效采集、去伪存真；相关管理人员作为中后台，则需要建立科学的预测流程、开发市场预测软件，提供信息化支持。因此，建立一个有效的、系统的信息分析采集运用体系，通过规范前台和中后台行为，是提高需求预测准确率的重要保障。客户数据的获得、模拟预测的实现、与客户实现沟通互动、预测结果的汇总与分析，都需要这一体系的支撑。

3) 有助于烟草公司进行科学决策

科学的决策是对企业未来行动及其结果的正确判断，而正确判断的前提在于全面、及时和准确的掌握市场信息。当前，烟草面临着严峻的行业内外形势，在全球经济一体化、科学技术快速发展和消费者需求复杂多变的情况下，如果信息来源不畅、不能及时、准确、全面的将已获取信息加以分析和利用，就难以进行科学决策。

4. 建立科学的信息采集分析运用体系的途径探讨

对烟草商业企业而言，准确的信息采集是基础，科学的信息分析是前提，有效的信息运用是目的。这三个环节是一环扣一环，密不可分。由此可见，能否准确的把握采集、分析、运用这三个环节是建立科学的信息采集分析运用体系的关键点所在。

(一) 建立科学的零售终端市场信息采集体系

零售终端市场信息采集是市场营销工作的重要步骤，是进行市场信息分析、营销预测的前提与保障，信息采集工作质量的高低直接关系到市场需求预测的准确性卷烟市场营销水平。因此，在市场营销过程中应当要高度重视零售终端市场信息采集工作，明确信息采集过程中的工作方案，运用科学、合理的信息采集方法，实现市场信息的有效采集。

1) 培养优秀的信息人员

信息采集人员素质的高低直接影响到终端市场信息采集的准确性与有效性，因此，必须培养造就一批优秀的信息采集任务，为信息采集工作推进提供人力支撑[1]。一是注重专业人才的引进与选拔，要针对此项工作引进经济学、统计学、营销学相关专业背景的优秀人才，加强知识储备能力，发挥专业人才优势，提高信息采集质量。与此同时，发挥选拔机制作用，选拔出具有较强信息收集能力、分析处理能力的优秀员工，实现信息的有效采集。二是加强信息人员的培训工作，制定信息人员的培训规划。岗前培训与在岗培训、针对性培训与适应性培训相结合，强化信息人员的专业知识，提高其实践运用能力。

2) 科学的选择零售终端信息采集途径

目前，烟草企业采集信息的途径主要有两种：一是通过基础数据、报表收集，包括各种卷烟的销量、库存等信息。报表数据具有来源直接、获取方便的特征。报表上的数据直接反映了天、周、月、季或年度各品牌的卷烟销量情况、库存状态、价格信息以及各种业态的经营状况。二是市场调查，包括品牌卷烟的市场价格、动销率、社会库存、零售客户的进货周期、消费群体构成等。在具体的操作中，应根据信息采集的目标及时间成本要求，运用互联网信息技术，科学合理的选择样本与调查方法，注重市场调查过程中的控制，切实提升信息采集的质效。

(二) 采用科学的零售终端市场信息分析方法

建立在零售市场信息有效采集的基础上，通过对采集信息的合理分类与整理，运用科学、合理的分析方法，对采集的数据信息进行分析，以实现市场需求的预测。主要可采用以下方法：

1) 趋势分析

趋势分析将两期或多期连续的相同指标或比率进行定基对比和环比对比,得出它们的增减变动方向,以揭示企业经营活动的变化情况。在对卷烟市场营销过程中运用的趋势分析主要有销售趋势分析、单箱结构趋势分析。

① 销售趋势分析

销售趋势分析是最常用的销售分析方法之一,分析过程相对简单、易懂,可以很直观地反映各产品的销售趋势情况是否正常,方便使用者对卷烟销售情况形成一个全面了解,对月度、季度或者年度各品牌卷烟销售趋势有深入的把握。在运用销售趋势分析过程中,对于出现的、现异常情况、数据信息要重点分析并及时进行处理。通过分析各卷烟品牌在一定时间内的销售量、销售额、利润情况,最终得到相应的销售趋势从而为未来期间的销售预测提供基础。

② 单箱结构趋势分析

单箱结构是指一大箱(250标准条)产品的销售额,它是烟草行业营销过程中的一个重要指标。从目前烟草行业的生存环境和卷烟消费的发展趋势分析,在未来相当一段时间,卷烟销售总量增速放缓、增长趋紧的趋势将会十分明显,保持行业的可持续发展将主要依赖于卷烟消费结构的持续提升,因此单箱结构的提高是烟草企业提高经营绩效的重要途径。通过对某一地区一定时期单箱结构分析,得到企业单箱结构趋势,就该趋势结果进行评价并对趋势产生原因进行分析,结合单箱结构现实状况,通过对市场消费者需求结构的把握以及对品牌在市场中的培育与定位,实现结构提升。

2) 差异性分析

① 地区消费偏好差异分析

经济发展水平、文化习俗是影响消费者行为的重要因素。各地区经济发展与文化习俗的不同导致地区间卷烟销售市场需求结构、需求量具有差异性。通过对区域的差异性分析,可以判断各地区消费者对卷烟价位、品牌的偏好,从而在产品销售上针对地区特点,做好产品的研发、投放,以满足市场需求,实现供需平衡;强化品牌的市场定位,扩大市场份额。

② 季节性消费差异分析

烟草产品市场需求的季节性变化十分明显,不同季节对不同产品的需求量具有显著差异。通过季节性消费差异分析,了解市场上产品需求量以及产品结构需求随季节的变动情况,及时针对季节需求特点合理组织货源,实现产品供应,防止货源短缺或供应过足状况,稳定市场上产品价格与销售。

3) 比率分析

在“中华”品牌营销过程中,“三维五率”概念在卷烟精准营销中得以深化[2]。对采集信息的分析中,采用比率分析,可以了解各品牌的铺货情况、动销情况、断货情况、上柜情况等,通过类似品牌的横向比较或者与历史销售数据的纵向比较,有利于对做出正确的营销策略、货源供应策略的平衡、投放节奏的把握,进而提高把握市场的能力。

(三) 建立信息数据库,提高零售终端市场信息的运用水平

正确市场信息的采集与分析,为市场信息的运用打下了坚实的基础。而信息运用在实际工作中,往往缺乏有效的数据运用工具,进而影响快速响应消费者需求、提高需求预测准确率及科学决策等的实现。针对这一特点,笔者认为,有必要以“数据驱动营销”为工作思路,通过运用现代信息技术,设计由数据采集、数据分析、数据运用三大功能模块组成的市场营销信息数据库,进一步加强各层次对零售终端信息的应用。具体而言,就是要建立数据库、使用好数据库。

1) 建立营销数据库

烟草商业企业营销数据库应基于市场、客户、品牌来构建的。具体一点来说,在市场资源上,要突

出市场宏观经济数据的收集,围绕经济发展、人口数量、吸烟人口和吸烟率等方面,全面地掌握了历年人口、消费、需求和经济发展趋势,进而获得辖区的卷烟销售容量;在客户资源上,要加强市场动态数据和客户实销数据的调查。通过开展社会库存、零售价格、重点销售品牌调查以及通过坐摊调查调查了解消费者偏好,全面了解市场动态信息;在品牌资源上,要重点关注知名品牌、主销品牌、重点品牌、新上市品牌的销售情况,如历史销售情况、购进率、主要购进群体和区域划分等。

2) 有效使用营销数据库

营销数据库的应用主要是运用数据进行把握市场、需求预测和选择营销服务策略。就客户经理而言,应该利用数据库,了解所管辖零售客户的销售情况及经营上存在的劣势,有针对性的选择个性化的营销服务策略,推荐相适应的品牌,提出合理化建议,进一步提高客户经营水平和满意度;营销部门要基于客户的年龄、性别、人口统计、吸烟率等数据,对某类客户购买某一特定卷烟品牌的可能性进行预测,来开展各类营销策划活动和卷烟品牌的引进退出工作,以提高品牌的知名度或是增加品牌的销售;就经营决策层而言,根据系统提供的人口、吸烟率、日均吸烟量和月均消费额等关键数据,测算市场容量、消费水平、消费偏好、销售趋势,制定企业营销目标。

3) 运用客户分类办法,提高数据的运用水平

当前,在实践工作中,通过采用客户分类办法,定点收集选定信息采集客户的购销存信息,制作品牌、业态走势图,分析走势变化后面的原因,最终应用到货源分配和各项服务策略中。

5. 结论

随着数据时代的到来,数据重要性和作用日益凸显,作为烟草商业企业,必须紧跟时代步伐,加快数据的采集、分析和应用,不断提升高质量发展能力和水平。

参考文献

- [1] 张霖. 关于市场信息采集和分析应用的一点思考[EB/OL]. <http://www.etmoc.com/look/Looklist?Id=28298>, 2012-10-31.
- [2] 鲁文胜, 陶伟寅. 中华品牌的精准营销[J]. 上海商业, 2012(5): 40-43.