数字化管理，是指应用计算机、通信、网络等技术，通过统计量化等系统化 方法管理对象与管理行为，实现研发、生产制造、销售、服务和创新的计划、组织、协调与控制等职能的管理活动。

**一、数字化背景下的烟草行业营销转型**

**1.市场化取向改革**

市场化取向改革，意味着要更加尊重市场；按照市场规律办事，意味着要更加注重发挥市场需求对卷烟营销的拉动作用。随着大数据时代的到来，烟草行业在制定切实可行的卷烟等产品营销策略时可利用现代大数据技术手段来分析市场客户的诉求和现状。为了制定科学有效的卷烟营销策略，可以利用数据挖掘分析客户信息。数据挖掘技术可以从庞大的人群数据中分类筛选出潜在客户群体，同时依据这些潜在客户的所处地区位置和个人喜好再次进行分类，依据这些分析得出的结果，可以有针对的进行生产相关类型的烟草以及营销策略。基于数据挖掘的客户关系管理系统能够将抽象的管理和服务理念数字化、直观化。通过对卷烟市场的信息进行挖掘分析，可以更好的分析和预测销售状况。

**2.网络信息化建设**

数字化管理必须加快推进信息化建设。信息化是实现数字化管理的必要条件和基础。要以信息化为技术支撑，整合工厂计算机网络系统，搭建资源共享、信息集成、智能指挥、高效运行的信息化管理平台，构建“统一管理、多点控制”的管理模式，建立金字塔式的信息管理网络模型，包括信息数据采集及执行系统、信息资源共享和数据分析处理等。各系统相对扁平，又上下贯通，管理线条流畅明晰，信息传递和交换准确快捷，对提高企业的生产管理能力、促进精细化生产将起到良好的支撑作用。

在营销体系中，大数据带来的影响不仅是数据量几何级的增长，还有从量变到质变的颠覆性变革，大数据从媒体、消费者、广告与营销战略策划、效果评估四个层面影响了传统营销体系，也给营销体系参与机构赋予了新力量与可能。大数据营销指的是：通过所针对的目标的各种数据的变化和分析，来获得营销方向的指导，这种数据通过表格、文字等形式表现出来，让分析者可以一目了然，更好地做出决策。互联网时代，网络营销已经成为烟草行业的最主要的营销手段之一。企业目前还处于传统的网络营销模式中，拥有大量的客户的营销数据，但没有深度挖掘数据中的价值，没有使用数据催生创新营销策略的思想和技能。融合了大数据技术的营销思路，能够为网络营销带来更精确的销售指导，做到有的放矢，做到高效针对性，这种思维对于提升营销的质量和成功率都有极大的帮助。大数据营销的数据来源绝不仅仅是内部销售数据，而是十分广泛的。互联网、传感器、移动 3G、4G 网络等都是获取数据的平台。由于数据具有时效性和针对性，且过于广泛、抽象，需要借助大数据处理框架，还需要通过大数据营销的人具有敏锐的洞察力，才能对数据分析更为透彻，从海量的数据中抽取出自己需要的信息。大数据营销对数据全面透彻的分析结果为网络营销的指明了方向，最终目的是让数据更好地服务于营销工作。通过数据的指引，网络营销的水平将会上升到一个新的层次。

1. **如何通过大数据分析实现烟草精准营销**

在大数据环境下，精准营销主要是借助大量数据信息建立消费者信息库，同时再依靠现代化的技术手段将这些信息进行集中处理，最后，通过对比分析确定企业的市场定位、营销模式定位、消费人群定位等。在烟草行业中, 精准营销需要整合我国庞大的消费市场，并将消费者的数据信息与企业经营直接挂钩，最后再针对性的制作营销方案、货源精准投放方案，从而最大意义上的实现烟草行业精准管理。

针对烟草公司的精准营销策略，首先要建立零售户、消费者和卷烟产品的特征指标库，将特征库作为开展数据挖掘的标准化数据分析指标。 通过对零售户、消费者和卷烟产品进行分析，建立需求管理决策模型，从而协助企业对市场关键业绩指标进行实时性的监控和预警。精准需求管理模型一旦建立和执行，可通过量化指标和图形等方式评价其执行效果，从而形成需求管理模型执行和根据执行效果持续动态改进模型的良性循环。

大数据和数据挖掘技术在烟草营销中的应用主要包括：

1.**对客户进行分类：**

数据挖掘技术可以从庞大的人群数据中分类筛选出潜在客户群体，同时依据这些潜在客户的所处地区位置和个人喜好再次进行分类，依据这些分析得出的结果，可以有针对的进行生产相关类型的烟草以及营销策略。通过聚类法对目标市场客户进行分析，将客户划分为不同类别进行服务和管理。利用分类技术，将客户类别化，便于为不同类别的客户提供个性化服务。其次，烟草企业要参考之前的客户消费习惯和固定需求进行精准营销策略制定。通过对不同地区和不同消费人群的研究来确定他们对不同类型卷烟的喜好程度，为开拓潜在市场和保持客户提供数据依据。

**2.分析和研究客户的行为偏好**

大数据的核心是预测。利用网络搜集社交方面的数据、浏览器的日志、文本等各种数据。将收集到的数据通过数据模型进行预测和分析，可以更好地了解客户的行为偏好，更好地开展个性化服务。烟草企业对大数据的成功应用不仅可以带来销量的增长，也是提高客户满意度的重要途径。

**3.卷烟品类的划分**

数据挖掘技术还可应用于卷烟品类的划分。通过调查消费者的消费态度和习惯，将调查数据通过聚类进行定性和定量分析，可以得到消费者心目中不同卷烟产品的关联替代关系，然后得出卷烟产品间的相似系数，系数愈高，就意味着两种卷烟产品相互替代的可能性就越大。划分卷烟品类有助于企业对不同的品牌进行合理规划和整合。此外，还可以用于对卷烟新品的价格进行定位分析。

**4.货源的精准投放**

烟草企业在进行精准营销时，首先要做的是保证货源的充足。在实际经营中，货源需要结合市场进行调动和分配。烟草企业在制定精准营销方案的时候需要多方面综合考虑烟草生产量、品牌经营、消费群体、市场份额等因素，要尽可能的缩小货源与市场之间的差距，从而保证烟草精准营销的顺利开展。

**5.提升网络营销质量**

互联网时代，网络营销已经成为烟草行业的最主要的营销手段之一。深度挖掘客户的营销数据可以为网络营销带来更精确的销售指导，做到高效针对性，这种思维对于提升营销的质量和成功率都有极大的帮助。

大数据能够帮助提升企业营销的针对性，减少投资的风险，优化物流方案，以及帮助企业提升货源投放精准度。随着烟草行业信息化的不断发展，精准营销战略落实一定要对烟草市场份额、货源信息、消费群体等数据进行精准把控，只有这样才可以真正意义上的实现企业的精准营销。

“传统行业+”的升级工作正在各行各业蔓延开来，不寻求改 变的终将被时代所淘汰。烟草虽然具有国家专卖、贡献税收的关键 作用，但在市场化机制浪潮之下，必须具有超前思维和危机意识， 必须注意到烟草行业发展中后劲不足和阻力增大的实施。通过对行 业营销、物流、生产等各环节大数据的采集、挖掘分析、研究利 用，才能够找到行业更好的发展路径，更贴近市场的产品和服务。 而且，运用掌握的大数据信息，还可以把烟草行业与健康产业的阻 隔打通，为烟草行业的可持续发展另辟蹊径。