

# 卷烟营销相关知识

## 1.卷烟营销市场化取向改革的基本前提是

坚持烟草专卖制度。

## 2.卷烟营销市场化取向改革的总体要求是

按订单组织货源、按需求衔接计划、按状态调整策略。

## 3.卷烟营销市场化取向改革的基本原则是

尊重市场、遵循规律、遵守规则。

## 4.卷烟营销市场化取向改革的核心任务是

再造业务流程，升级营销模式，加快构建现代卷烟营销体系。

## 5.卷烟营销市场化取向改革针对的主要流程是

需求预测、货源组织、客户分档、货源投放、品牌培育。

## 6.如何转变卷烟营销观念

由“推销”观念向“拉销”观念转变。

## 7.行业对于卷烟营销调控的总体方针

总量控制、产销协调、稍紧平衡。

## 8.行业提结构的基本着力点是

稳高端、扩中端、调低端。

## 9.国家局对品牌培育的要求是

品牌要做大、规格要做精、价格要上扬

## 10.国家局对待客户的方针是

控制大户、发展中户、扶持小户。

11. “四网合一”模式在零售终端广泛推广,“四网合一”是

网上订货、网上营销、网上配货、网上结算。

12.行业大力实施的“四项服务”是

标准化服务、个性化服务、亲情式服务、增值性服务。

13.现代零售终端六大功能有哪些

(1) 产品销售功能;

(2) 形象展示功能;

(3) 品牌培育功能;

(4) 宣传促销功能;

(5) 信息采集功能;

(6) 消费跟踪功能。

14.根据国家局信息采集的相关要求,在市场监管技术架构方面,进行市场监管的三大核心指标与三大分析维度分别是什么?

三大核心指标:社会库存,零售价格,市场价格

三大分析维度:市场维度,品牌维度,业态维度

15.国家局提出要把发展建立在

扎实的工作基础,可靠的市场基础。

16.烟草商业企业的第一要务是

品牌培育

17.传统终端向现代终端转型取得的实质性进展

一是建设水平明显提升;

二是营销功能有效发挥;

三是平台价值逐步彰显。

18.从行业发展的战略高度，对新形势下的客我关系需要进行

一是零售客户是烟草行业发展的最宝贵资源；

二是客我关系是衡量网建水平的最核心标准；

三是保障盈利是构建良好客我关系的最关键因素。

19.当前行业工商企业在卷烟营销方面面临哪些共同使命和迫切任务

一是着力推动消费体验常态化；

二是广泛开展消费体验区建设；

三是加快推进卷烟消费环境建设。

20.现代卷烟营销体系明确提出的三大策略目标是

大市场、全渠道、强品牌。

21.市场化取向改革以来成效主要体现在

一是营销流程再造基本完成；

二是统一营销平台稳定运行；

三是货源供应有所改善；

四是营销队伍逐步转型。

22.推进营销市场化取向改革的过程中，要重点做到的是

一是突出经营思想转变，实现由“推销”向“拉销”转型；

二是突出业务流程再造，实现由公平到科学的转型；

三是突出营销队伍转型，实现由简单压指标任务向提升经营能力的转型；

四是突出营销平台监管，实现由注重形式向追求实效的转型。

23.当前和今后一个时期，行业营销工作要紧紧围绕全面转变经营方式这条主线，应正确处理好的关系是

一是处理好销量、结构与税利的关系；

二是处理好市场、品牌与渠道的关系；

三是处理好新型零售与营销转型的关系。

24.按照国家局市场化取向改革总体要求，全面转变经营方式的“四个方面”是

一是找准定位、服务为本；

二是前移重心、自下而上；

三是健全规则、完善机制；

四是创新方法、精耕细作。

25.国家局提出的“四个乘势而上”是

乘势而上稳产销、乘势而上提结构、乘势而上降库存、乘势而上增税利。

26.国家局提出的“六个坚持不懈”是

坚持不懈调状态、坚持不懈育品牌、坚持不懈提结构、坚持不懈共发展、坚持不懈强基础、坚持不懈守红线。

27.烟草行业的共同价值观是

国家利益至上，消费者利益至上

28.烟草行业的愿景是

责任烟草、诚信烟草、和谐烟草。

29.烟草行业的行为信条是

潜心做事、低调做人。

30.烟草的行业精神是

宽容开放、改革创新、敬业奉献、自律自强。

31.烟草行业的行为准则是

讲责任、讲诚信、讲效率、讲奉献。

32.烟草的行业使命是

报效国家、回报社会、成就员工。