# 2024烟草营销个人年终总结

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2025-04-14

*第一篇：2024烟草营销个人年终总结2024烟草营销个人年终总结范文时间转瞬即逝，一年又要过去，年底总是做工作总结的时候，以下是一篇2024烟草营销个人年终总结范文，主要讲述了三部分内容，比如加强卷烟品牌培育工作，促进卷烟销售持续稳定增长...*

**第一篇：2024烟草营销个人年终总结**

2024烟草营销个人年终总结范文

时间转瞬即逝，一年又要过去，年底总是做工作总结的时候，以下是一篇2024烟草营销个人年终总结范文，主要讲述了三部分内容，比如加强卷烟品牌培育工作，促进卷烟销售持续稳定增长，一起看看吧~

一、加强卷烟品牌培育工作，促进卷烟销售持续稳定增长

(1)做好“20+10”重点品牌的培育工作

今年以来，严格按照市局下发的《重点品牌培育方案》开展重点品牌培育工作，按照方案结合实际我们主要围绕“销量增长率、卷烟上柜率、目标完成率”三个方面进行，具体将指标细化到各条线路的品牌培育工作指标中，进行量化考核;同时充分利用工业营销资源，以“两个延伸”为指引，开展品牌促销活动。

(2)二类烟的培育工作

把二类烟的品牌培育工作当做品牌培育的重点工作来抓，通过对客户经理品牌知识、营销技巧的培训，强化品牌培育的执行力，深入挖掘辖区市场潜力，提高二类烟的销售占比，为提高一、二类卷烟占比及单箱金额提供有力保障。

(3)做好品牌替代宣传

围绕今年新品导入较多，结合行业352、461品牌规划要求，在部分卷烟牌号退市的情况下，通过加强对零售客户经营指导、宣传解释，以做好重点骨干品牌市场集中度的提高，并实现“低三”向“高三”的转变，“低四”向“高四”的转变。

二、主要工作体会

(一)、明思路、把方向。实践证明，没有明确的工作思路，工作就没有方向，没有动力。永福营销部全体员工要紧跟市局(公司)党组的工作思路，贯彻执行党组决策，在营销方面要注重量与结构的关系，抓好品牌培育，做好客户服务工作。

(二)、抓执行，干实事。好的指导思想或方案离不开人的支持，一流的方案、三流的执行取得的效果仍然是三流的;三流的方案、一流的执行取得的效果可以是一流的。因此，作为县级局(营销部)，日常的主要工作就是抓执行力，要采取科学的绩效考核模式确保各项工作落实地位。

(三)、带队伍、讲团结。永福局(营销部)领导班子以身作则，率先垂范，努力营造团结和谐的工作氛围，搭建人人可干事、干成事的工作平台。团结和谐，奋发向上，相互传递永福局(营销部)发展的信心和心灵的沟通。

三、2024年的具体工作措施

(一)、各部门各司其职，通力协作，保证2024年开门红顺利完成。按照市局(公司)党组的统一部署，以清醒的头脑，科学分析、全面认识新形势下的新机遇新挑战，抓紧抓好2024年卷烟销售的收尾工作，切实做好2024年“开门红”期间的卷烟销售、市场监管、安全等工作，确保永福营销部卷烟销售实现“开门红”。

(二)、进一步提升营销网建水平，保持经济运行平稳持续发展。一是继续加强市场研究。加强对市场的调研和分析，根据市场动态及走势，科学调整营销策略，抓好卷烟销售工作，促进销量稳步增长。二是继续强化品牌培育。把培育重点骨干品牌放在更加突出的位置，提高品牌集中度。深化工商协同营销，继续加强沟通交流。做好品牌规划的优化工作，及时掌握品牌的发展趋势，分析辖区品牌发展存在的差距，做好重点骨干品牌向“532”、“461”过渡的优化整合工作。三是重点提升服务质量。充分运用“135”营销工作法，促进服务水平再提升，打造商业服务品牌。围绕提高服务标准、规范服务流程、提升服务质量的要求，紧贴实际，积极开展讨论，广泛征集意见，打开新思路、丰富新内涵、创建新模式，不断提高服务质量。

(三)、进一部强化内部监管，夯实内部管理基础。要加强教育培训，提升员工规范意识。我们将从“严格规范是行业生命线”的高度对内部管理监督工作重要性进行再认识和再深化，继续开展多层次、多岗位的教育培训，进一步夯实内部管理监督工作的基础。

看了这篇2024烟草营销个人年终总结< 范文，大家知道营销工作总结怎么写了吧，更多精彩内容请点击这里营销工作总结。

**第二篇：烟草营销工作个人总结**

ⅩⅩ烟草的营销工作个人总结

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）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，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”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，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》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，使其掌握更多的商业零售知识，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。篇二：烟草公司营销部信息员个人工作总结

烟草公司营销部信息员个人工作总结-总结

[]转眼间，从xx年10月13日参加至今已一年多了。一年来，从到，从学生到员工，变了，也变了，工作能力更加变了，思想变的更加进步，工作能力变得逐步提高。在这一年里，我一直担任xxxx烟草有限xx部的信息员职务，主要负责卷烟营销方面的日常工作，在工作中我曾得到各级的指导和，在本职上，较好地完成了各项工作任务。现将我一年的工作如下：

一、努力，提高素质

07、xx年是我们烟草行业改革深入推进联合重组的关键年，烟草的生产经营稳步发展。作为一名刚踏入烟草行业不久的年轻员工，无论在思想上、知识上、行动上都必须紧跟时代发展的要求，不然就会被淘汰。为了做一名合格的烟草人，我不断的告诫自己，“立足新阶段，把握新形势，学习刻不容缓”。学习能使人情操高尚，学习能使人视野开阔，学习能使人羽翼丰满，这在一年的工作中，我自觉养成勤于学习、勤于思考的良好，在学习中加强自身修养，不断提高自己适应本职岗位的能力，增强个人素质。首先认真学习党的xx大、xx届三中全会，牢固树立、科学发展的思想观念，并主动撰写心得。二是在政治思想理论学习的同时，我十分注重学习理论知识，以达到尽快适应业务工作的需要。初任职务，我每天叙写工作，每天10个卷烟价格，很快我便适应了卷烟营销工作。三是积极参加单位组织的大以及员工活动。xx年我单位先后组织解放思想大讨论活动、卷烟经营规范大讨论活动，并定期举办营销人员培训班，通过参加诸多活动，使自己的思想得到了升华，个人的品质得到了净化，工作干劲也足了，《》()。

二、扎实做事，脚踏实地干好本职工作

作为一名信息员，我深知手中笔虽小，重千斤。为了尽快地熟悉的人和事，尽快地适应本职岗位履行职责，首先是注重纠正自己在工作中存在的不足，努力做到以诚待人、礼貌、尊重老同志，多请教、多请示，同志，工作中努力做到不怕苦、不怕累，克服懒惰思想，遵守企业的各项规章制度，扎扎实实干好领导交办的各项工作。其次是工作认真仔细。在业务上工作，关键的一点是要心细，每天与数字打交道，稍有不慎，就有可能出错，数字上虽然是差之毫厘，但是放到实际上就可能是失之千里，所以在刚接手工作时，我以十二分谨慎的态度对待工作，每算完一个数，每做完一个表，我都会再三检查，保证完整无缺。久而久之，也就养成了仔细认真的习惯，并且对于某些问题也摸索出了自己的思和。再次是亲近卷烟零售。科里的工作大都是碎杂的，并且时忙时闲，为了进一步掌握营销工作方方面面的事务，在闲暇之时，我经常到乡镇、中去，实地走访零售户，了解他们卷烟上柜、明码标价等卷烟经营状况，这为我时常写稿件提供了。最后是任劳任怨，勇担大任。业务科室和其他科室不一样的地方还在于：由于我们结账较晚，并且许多工作需要等到结账所有数据出来之后才能开始着手，所以也就造成了不能按时下班的状况。由于我是外地人，平时在单位住宿，因此我就主动担负起加班工作，尽可能地让同事能够按时下班。有时在时间，职工找我需解决问题时，我也能做到随传随到，及时帮他解决问题。另外，作为信息员，平时多看、多思、多写是职责所在，为了完成这项工作，我坚持学习东方烟草报、零售商周刊、糖烟酒等报刊上的营销知识。同时，我还承担起定期给客户经理培训的责任，将报刊上科学的、先进的营销知识讲授与他们，不断提高客户经理的营销和服务平。通过我努力的学习，踏实的工作，一年下来，我对本职工作做到得心应手，并且无论领导分配给自己干什么工作，都能认真地完成。

三、存在的不足和今后努力的方向

回顾一年来自己的总体工作，对科室工作深有感触，尤其是工作中虽然干了不少事，但还存在不少问题。一是心理急躁，遇到紧急事情，不能平静对待，这一点与我自己制定的个人工作目标还有一段差距，有待于在今后工作中养成冷静处事的良好习惯，高质量地完成各项工作。二是在做好各项服务工作中，应当树立超前意识，要有开拓创新的工作精神，努力使各项工作有新的起色，要不断研究新问题；三是还需进一步加强营销理论知识学习，提高个人素质，提高自己的工作能力。

在今后的工作中，我将围绕局党组的整体工作思路，认真学习烟草行业知识，发扬求真务实的精神，不断研究工作中出现的新、新特点、新问题。围绕营销工作的规范化、制度化，刻苦学习，努力改正前期工作中存在的不足，不断改进工作方法，提高工作效率，努力把本职岗位工作做实、做细，为行业的发展做出自己应有的贡献。

〔烟草公司营销部信息员个人工作总结〕随文赠言：【受惠的人，必须把那恩惠常藏心底，但是施恩的人则不可记住它。——西塞罗】篇三：烟草销售工作总结

烟草销售工作总结

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

1.今年共购进卷烟7416.5大箱，较上年同期7049大箱增加367.5箱，增长5.21%；

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；与去年同比增加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

1.今年共购进卷烟7416.5大箱，较上年同期7049大箱增加367.5箱，增长5.21%； 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

**第三篇：烟草的营销工作个人总结**

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如下：

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）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，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”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。

**第四篇：烟草营销**

浅谈如何提高市场预测准确率

——宜昌烟草“订单供货”试点的体会

来源：湖北烟草

“按客户订单组织货源”（以下简称“订单供货”）是烟草流通环节适应市场经济规律的体现，它就是要在坚持专卖制度的前提下，发挥市场机制作用，进一步推动市场整合，培育一批有较强竞争力的重点骨干品牌。姜成康局长在讲话中多次强调： “订单供货”是烟草行业的一次革命，能否顺利推行“订单供货”，作为商业环节首先要能够准确把握市场，不断提高市场预测准确率”。在“订单供货”的营销模式下，市场预测流程成为营销业务的主流程之一，以市场为导向准确把握客户需求、对订单进行科学的预测成为卷烟商业企业合理安排组织货源、有效控制库存水平和库存成本、充分满足消费者和零售户实际需求的必要前提和有力保障。从某种意义上说，订单预测实质上直接考验的是商业企业对市场的把握能力，直接体现这一能力的市场预测准确率成为一个关键的量化绩效指标。正如国家局何泽华副局长所指出的： “订单的准确性决定了按订单组织货源工作的成败”。因此，科学开展市场预测、切实提高市场预测准确率，对于实行“订单供货”，是十分重要的实践课题。

一、影响市场预测准确率的主要因素

（一）市场需求变动因素。市场需求一直处于不断的变化之中，但它的变化是有迹可寻的。通过对数据的分析和整理，我们可以发现一些销售异动，例如节日性消费的销售波动、季节性的消费转变、流动人口的增减，这些都是影响销售的因素，这些因素具有可预见性，在平时的市场走访中只要多留意、多分析，必能提高我们对市场的掌控能力，减少市场需求突变的机率。

（二）货源的有效供给。现阶段烟草行业的现状决定了工商关系中工业企业是主导，工业的生产计划和品牌整合力度及方向直接影响辖区市场的可供货源的品种、数量，商业企业始终处于相对被动的接受地位，紧俏烟、低档烟的货源紧张情况在我市较为突出。但任何事物的发展必是一个循序渐进的过程，此种局面相信随着“订单供货”中工商关系的逐步理顺会有所改观。

（三）预测主体的素质高低。客户经理和卷烟营销人员作为市场预测的主体，自身素质直接决定了订单预测质量的高低，如果其不能掌握科学的预测方法，不具备必要的分析能力，以致对客户日常的经营变化难以把握，特别是客户周围人流量变化、消费变化等不能及时、充分了解掌握等，也成为制约市场预测准确率的因素之一。

（四）市场管理及控制水平。如果说市场和货源是影响预测准确率的先天因素，那么对预测的执行则是后天因素。例如，某品牌在本辖区的需求量在100件左右，但该品牌并没有按预测进度销售，那么我们就应该及时了解情况，是否有外渠道货源的冲击或其它原因，积极应对，确保达到预期目标。

国家局在“订单供货”的相关解释中提出影响市场预测准确率的客户需求失真和市场销售失真，列举了断货、品牌替换放大需求、跨地域销售、政策性推销等等诸多原因，因此我们认为市场需求是否稳定、货源供应是否及时有效、营销人员素质是否适应、市场控制和销

售执行是否得力是左右预测准确率高低的四大要素。

二、市场预测准确率的提升是一项系统工程

提高市场预测准确率是一项系统工程，需要一个有效的、系统的运行环境。预测准确率除了预测主体（营销部和客户经理）、预测客体（品牌和客户）和预测行为本身决定之外，更受诸多外部因素制约：品牌的集中度、营销策略的水平、价格体系的稳定、营销工具的适用性等等。因此，客户经理和营销人员作为预测的前台执行者，需要有后台的系统支持：品牌集中度越高预测失真越小；货源投放越均衡预测失真越小价格体系越稳定预测失真越小；营销工具越现代预测失真越小；管理层对市场越了解预测准确率越高。

就公司营销管理层而言，为提高市场预测准确率，必须建立区域市场研究体系；提高品牌集中度，平衡货源组织与投放；以销售预测指导订单预测；建立科学的预测流程；开发市场预测软件，提供信息化支持；采取必要的管理措施，完善对市场预测的检查与考核等等。

三、“按客户定单组织货源”试点基本情况

2024年，宜昌市公司选取了两个市场基础好的营销部作为“订单供货”的试点单位，以“销量不减、结构不低、效益不降、品牌不偏”为总原则，具体将“三率一度”落实到各个流程中，制订了具体的操作流程和工作标准，按月对客户需求进行预测核定。

在预测过程中我们尝试推行了《营销策划书》和预测分析例会制度，每月客户经理把自己所辖服务线路的月度预测计划交由市场经理汇总，然后提交客户服务中心进行审核，根据具体情况作一定的修正后，再提交到卷烟营销部汇总。

由于现行的烟草体制造成预测对卷烟经营工作的指导性受到很大限制，预测功能发挥有限，但试点工作仍然初显成效。从数据看，市场预测准确率逐月攀升，从年初的75%上升到年末的90%左右，两家试点单位的销量同比略有上升，品牌集中度也都提高了7个百分点，但不同品牌的预测准确率差距还是比较大，预测不准确的品种主要集中为两类：一类是新上市品种，一类是市场波动较大的品种，后者预测不准确的问题更为突出。

四、提升市场预测准确率的具体举措

（一）进一步提高全员认识。全行业要以“两个维护”的共同价值观出发，重新高度审视“订单供货”工作的重要意义，并认识到订单预测的准确与否关系到“订单供货”工作的成败，同时加大对零售客户的宣传力度，使其提报的订单日趋科学合理。

（二）加强工商沟通，建立品牌目录。要保证市场预测准确率，确保及时有效的货源供应是前提，我们要充分利用品类管理工具，结合消费者的调查结果，制定品类结构和各品类的品类配额，然后与各卷烟工业企业充分协商和沟通，尽量实现信息共享，得到其对货源保障的承诺后，制定可供品牌目录，确定可供商品范围，为客户选择经营的牌号和整合消费需求提供方便。这个品牌目录逐步向国家局的《百牌号目录》靠拢。

（三）明确职能部门，理顺工作流程。市场预测准确率是市场“自下而上”反映需求的关

键指标，为避免将需求预测等同于订单采集、将按订单组织货源变成按货源安排订单，必须确定由综合计划部门而非货源采购部门来领导预测工作，并且将预测准确率直接纳入集体考核体系。销售与市场营销人员要真正融入预测流程，在计划制订和执行过程中以客户经理的预测结果为参考，总量控制、结构调整、品牌整合、调控节奏都要面向真实的市场需求。按照信息对等的原则，采供部门则要在实施订单预测前结合库存及合同签订量给各营销部下发月度可供货源参考意见书，在货源采集上为各营销部提供参考依据。

（四）提升全员素质。作为影响市场预测准确率的四要素之一，一方面要努力提升客户经理和营销人员的素质，加强市场营销理论的学习，提高驾御市场的能力，掌握先进预测工具的使用方法；另一方面要提升零售户的素质，加强对零售户的培训，将订单预测的知识传授予零售户，提高零售户的科学经营能力。

（五）要以客户经理为中心，建立一套完整科学的预测体系。客户经理与客户的结合、互动程度，直接关系着订单供货工作的成败，具体工作有；

一、加强与相关部门的联系和沟通，准确把握总体销售计划和每月卷烟计划安排；

二、对零售户的历史销售数据，特别是对上月及近期的销量情况进行重点分析，并结合客户总体经营状况，包括所处经营环境、地理位置、周边居民经济条件以及流动人口状况等因素，确定客户订单初步计划；

三、选择互动客户，与他们面对面地协商需求计划。在订单预测的初始阶段，由于对相关流程不太熟悉，所选择的互动客户比例较少，随着对流程的了解以及零售户的配合，要逐步增加互动客户的比例；

四、随时掌握客户的库存状况，通过对客户进、销、存数据的分析，减少订单预测工作的盲目性，使之更贴近市场；

五、充分考虑节假日及其它因素对预测计划的影响，酌情增减订单计划。

（六）实现信息系统的有效支撑。信息系统的有效支撑是实行订单预测工作的重要保障，营销管理思路改革、客户数据的获得、模拟预测的实现、与客户实现远程互动、预测结果的汇总与分析，都需要信息系统的支撑，信息系统的不稳定将会导致预测体系的停顿。而这个信息系统的支撑，在一定程度上就是要有相应的软件支撑，对此，烟草商业企业应理清思路，对软件公司提出明确的要求。

（七）着力培育品牌，推广《营销策划书》。国家局多次提出订单供货的唯一出发点是培育两个“十多个”，促使有限的资源向“两个十多个”集中配置，可见培育品牌才是重中之重，品牌集中度的提升也关系到市场预测准确率。为此，我们在试点单位尝试推广了《营销策划书》，《营销策划书》是客户经理市场营销工作的一种实用性工具，目前已成为其对客户进行营销服务工作的核心，也是预测零售户需求的主要依据。它来源于每个客户实际经营状况，反映了市场客观现实，并紧密地结合市场的需求，通过客户经理、市场部、营销中心的层层汇总和分析研究，为公司决策提供了重要依据。在以《营销策划书》为工具从客户角度研究市场的同时，还可以从商品角度研究市场，通过《营销策划书》进行品牌规划、品牌定位、品牌营销、品牌培育、品牌评价，通过它对每个单品进行跟踪分析，准确进行消费群体定位、客户业态定位、地理环境定位。

（八）加大检查考核力度。要发挥考核的导向作用，修改原有的考核体系，建立以“三率一度”为中心的评价指标体系，加强对重点品牌的销售考核，适应“订单供货”工作的需要。“订单供货”工作是烟草行业流通领域当前和今后一段时间的重要工作内容，关系到零售户的人心向背，关系到行业持续、健康、协调发展。因此，作为市场经营主体的商业公司要保持

清醒认识，积极探索，勇于实践，建立好市场预测体系和机制，努力提升市场预测准确率，推进“订单供货”工作的深入开展

**第五篇：2024年烟草营销年终个人工作总结**

2024年烟草营销年终个人工作总结

撰写人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日

期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2024年烟草营销年终个人工作总结

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\_\_月\_\_日，我局营销部网上订货客户数量达到\_\_\_户，占客户总数的\_\_\_%，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\_\_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\_\_月\_\_日，永福已建成示范店\_\_\_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。

范文仅供参考

感谢浏览

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！