

基于大数据的烟草企业营销创新应用

苏丹

湖南省烟草公司湘西自治州公司龙山县分公司

[摘要]烟草行业本身属于垄断行业，掌握大量终端零售资源。在烟草营销中融入大数据技术，是希望垄断企业也可以向市场化靠拢。利用大数据加强烟草客户精准管理、精准营销，不仅能促进营销决策优化，还能为客户提供更加便捷的服务体验，实现消费环节的公开化和透明化。同时，大数据技术可以促进品牌发展体系、烟草市场体系、供需动态平衡体系等的发展，促进行业发展质量提升。

[关键词]大数据；烟草；市场营销；互联网

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.057

引言

在大数据发展的背景下，尽管烟草企业已经配合了市场形势变化，实现了改制以及转型，但是由于市场中的信息具有复杂性和多样性的特征，难免会对烟草企业市场营销产生一定的干扰。因此烟草企业在新时期下需要迎合时代发展趋势，充分地发挥大数据分析技术本身的优势，为后续市场营销工作指明正确的方向，实现有效的创新，增强烟草企业在新时期下的发展实力。

一、大数据在烟草营销中发挥的作用

（一）有利于转变烟草营销环境

传统烟草营销环境均是比较闭塞与局限的，烟草企业根据以往媒体与市场化的模式展开营销，尽管可以获得一定效果，但是极少有烟草产品能够走向全国、甚至世界，造成烟草营销具有极强地域性，发展局限性较大，缺少自由。但是随着大数据时代的兴起，智能手机与笔记本电脑得以广泛普及，新媒体屡见不鲜，人们获取信息手段和渠道更加丰富多样，使得信息流通更快速、成本更低廉，人们可以真正做到不出门便晓天下事，同时亦为人们提供了发表自身看法与观点的平台。以上这些变化均使烟草营销更加开放、自由，烟草营销不需要再限制在以往媒体的狭窄范围中，可运用互联网具有的普遍性与数据分析处理具有的科学性展开有效营销，创建全新营销手段和模式。

（二）有助于提升营销服务质量

烟草企业是带动中国经济发展的主要经济点，其整个营销领域覆盖全国，并且我国大部分烟草企业均开展跨地域销售，由此对终端客户服务质量和成效要求极高，烟草整个营销流程包含物流和库存等，且这两方面均在不断变化。以往烟草企业在这些方面的管理存有诸多问题，极可能发生库存数量与销售数量不对等及钱货不统一，造成终端客户对企业失去信心，影响日后的继续合作。此外，物流路线设计缺少科学性亦是管理方面存在的问题，会加大物流方面成本且物流运输时间延长，对烟草营销周期产生不利影响，减少烟草企业的经济收益。运用大数据来管理库存、设置用户订单、规划物流运输路线等，可以降低以上问题出现频率，让烟草企业周转率不断提高，提升企业整体经济效益，为烟草

企业日后不断发展打下坚实基础。

二、烟草营销面临的问题

（一）烟草控制公约的约束

近些年，世界卫生组织展开了反烟浪潮，并且符合“烟草控制框架公约”提出的要求。此公约为了保护儿童，让未成年人不再吸烟，完全取消烟草广告以及促销策略的推广，检测各类烟草产品，增强对烟草内部成分的管控。这一公约在各个签署国生效，任何一个烟草成员国对烟草生产、烟草销售、烟草税收、烟草广告和烟草赞助均要根据公约中的要求和标准展开严格管控，由此就代表着烟草行业如果想拓宽自身社会知名度，提高营销成绩，根据广告与赞助的传统模式是无用的，致使烟草企业创造自身品牌难度不断加大。另外，以往烟草行业惯用的广告营销策略也遭受到严格约束，从而会对烟草产品的社会市场供给产生严重影响，不利于烟草行业长远发展。

（二）烟草专卖机制的限制

在烟草专卖机制背景下，烟草企业经营按照行政进行分割，相互间不会出现正面冲突，竞争程度要比烟草工业企业小很多，进而使烟草企业缺少竞争意识。但是供应商相互间的竞争，就是对渠道终端进行争夺，我国烟草制造商和国外大型公司进行比较，前者缺少有效、合理的产业集中。由于烟草专卖制度的出现，地方保护主义十分盛行，限制了相互竞争，烟草企业之间产品与成本存在极大差异，社会市场无法自主决定产品价格与产量，导致烟草企业难以根据竞争明确最理想的生产规模，无法真正做到资源高效配置。伴随买方市场的渐渐开放，烟草工业相互间的竞争日益加剧，而创建产品品牌、产业集中以及提高品牌在市场中占有率是所有烟草工业不断发展的必经之路。现如今，烟草行业正在积极开展产业集中，然而均是根据行政手段强制实施的，构成了“大而不强”的消极局面。

（三）烟草营销商过度降价

降价行为让烟草零售商经济利润减少，从而出现假烟、走私烟等多种非法销售情况。尽管烟草销售商始终在对网点进行合理性、科学性整合，然而整合过程十分简单粗放，未能将整合重点放置在零售点分布且竞争比较激烈的区域，为

方便省事，只对农村等相关地区偏远小户展开整合。在城区中，烟草零售商大部分集中在繁华地带，分布十分密集，加上某些地区烟草整体销售利润不高与严格限制外省卷烟销售，导致零售商户间利用降价来吸引客户，使市场烟草价格十分混乱，同一种类产品在不同数量和不同业态购买的状况下，价格存在较大差异，由此就出现烟草销售商整体降价行为，从而出现各种假烟和走私烟销售的不良现象，不利于烟草企业营销渠道的顺畅发展。

三、基于大数据的烟草企业营销创新应用

（一）构建信息化营销数据库

在大数据背景下，想要加强烟草精准营销，必须加强信息的精准收集。构建信息化营销数据库，可以快速收集精准化数据信息，为精准营销奠定基础。首先，营销数据库要加强烟草订购行为的收集，通过收集可以全面了解客户并对其精准评估，还能挖掘有潜力的零售客户。同时，可以根据相关数据促进消费市场优化，从而提升零售客户品质。例如，烟草企业可以根据相应数据对客户进行划分，通过划分了解用户的需求特点和效应规模，从而为其提供精准化营销推送和营销服务；其次，构建营销数据库是促进信息精准化的主要途径。数据库不仅能收集客户信息，还能加强对零售户销量和库存的分析，为营销活动奠定基础。同时，烟草企业还可以利用大数据技术，构建互联网+实体店、烟+非烟、直营店+零售户等商业模式，并积极在其中融入大数据、人工智能、物联网等先进技术，促进烟草价值链更加完整，也能加强与客户的实时互动，并根据相关建议和意见促进烟草企业管理模式优化。

（二）防止过度营销

大数据时代，各类App、网络平台通过对用户浏览记录、阅读痕迹、支付记录等碎片化信息进行整合分析，了解用户的个人习惯，可为用户提供精准化的营销服务。随着各大企业加强数据管理，大数据技术广泛应用在社会各个领域，微信、微博和各类App根据用户信息，向用户推送大量广告、营销活动信息，让消费者产生了一定的阅读疲劳感，甚至导致客户对广告信息的接收程度越来越低。企业制订营销方案时必须理性决策，积极寻找自身的比较优势，帮助企业品牌在消费者心中建立独特的认知价值，提高消费者对品牌的忠诚度。此外，企业需要建立一套过度营销预警系统和有效的营销反馈机制，一旦发现过度营销，立即减少营销行为，降低过度营销带给企业的负面影响。企业必须正确认识到营销只是一种宣传、销售手段，品牌的建立是一个长期过程，不能急于求成，应让企业经济指标回归到正常指标范围内。

（三）丰富销售手段

在丰富营销手段时，要搭建线上营销模式，例如可以通过QQ和微信平台、公众号、新媒体等渠道来进行产品信息

宣传。之后从浏览的信息中分析客户的特征，做出推广模式和营销方案的创新，例如某企业潜在客户在投标之前分析产品信息时，可以让公司营销部门直接对接客户沟通有关产品的相关信息，还可以进行报价信息的有效传递。利用大数据平台搭建良好的互动效果，也有助于沟通有关报价方面的事宜，建立良好的合作关系。烟草企业需要提升自身的数据整合能力，考虑大数据背景下烟草企业的发展现状，根据最终所收集到的信息，制定更加科学的营销方案，从而提高烟草企业当前的发展水平。在产品营销时要建立物联网的推广平台，一方面要适应未来大数据营销的发展趋势，另一方面要节约前期的成本投入，创新当前的推广模式，吸引更多的潜在客户，并利用互联网技术加快信息传输的速度。企业也可以通过这一推广平台，随时随地地发布产品信息，推送给相关用户进行信息的分享，从而使企业知名度能够得到全面的提高，为后续营销工作做好良好的铺垫。

（四）加强市场营销智慧平台建设

随着信息时代的到来，互联网技术日益渗透到诸多的领域，全面加强市场营销工作，需要考虑国际市场形势以及我国国情，在不断完善相关基础管理体系的基础上，进一步加强智能化技术的探索应用。要围绕“互联网+市场营销”相关理念，积极加强市场营销工作和信息技术的深度融合，通过加强市场营销信息化体系建设，在相关信息模块的特色化打造、市场营销机制的创新、市场营销领域相关资源的采集与分析及共享等方面借助现代信息技术不断进行开发应用，强化市场营销信息化平台的监管，加强信息平台的优化与风险防控，从而有效发挥互联网技术的优势，为行业发展以及产品的营销等提供强大的动力支持，加强风险管控，避免发生信息篡改、泄露等问题。对于企业而言，还要结合现代互联网技术，全面加强企业市场营销网格化体系建设，从而更好地打造特色化多元化的集生产、运营、销售、服务等一体化的信息化机制，提升营销广度和深度。

结束语

综上所述，在大数据视域下，要实现烟草企业想获得长远发展，则必须合理应用大数据技术，根据大数据技术推动烟草营销，为我国烟草企业不断发展提供不竭动力。现代大数据技术对烟草营销发挥着重要作用，为烟草企业提供了详细市场数据与信息，使企业可以对市场需求展开全面评估，以此设定营销策略，推动烟草企业未来更好发展。

参考文献

- [1] 王无瑕, 许子浩. 大数据背景下烟草行业营销信息化平台建设探究[J]. 中国市场, 2021(01): 124-125.
- [2] 陈超. 振兴乡村经济背景下烟草物流监督存在的困难及解决对策[J]. 经济研究导刊, 2020(21): 14-15.
- [3] 闻俊怡. 移动互联网背景下烟草打假公共信息平台建设探讨[J]. 中外企业家, 2019(15): 61-62.