

基于大数据的烟草营销创新应用研究

周继云

(云南省烟草烟叶公司,云南 昆明 650218)

摘要:大数据对现代人产生了多重影响,也影响覆盖到了烟草行业中,促使其改变传统营销方式。本文立足于大数据时代,分析烟叶原料供应企业创新营销方式的方法,结合烟叶原料营销现状,借助大数据资源,细分卷烟工业企业客户类型,优化区域信息平台,完成品牌营销与服务营销任务,以此来体现大数据应用价值,提升烟草营销水平,保障营销收益。

关键词:大数据;烟草营销;创新应用

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.17.100

1 大数据背景下烟草行业营销现状

大数据背景下,原料供应企业在营销环节中,需运用数据工具对具体的数据资源进行分析,烟草行业通过大数据分析可以对客户行为进行指引、预测与描绘,结合工业企业对烟叶原料的需求,形成商业策略,达到营销目标;结合既有的销售数据,分析潜在客户群体,确定营销发展方向;统计数据后,建设分析模型,可对客户在未来一定时期内的生产行为进行预测,了解其对烟叶原料的需求;结合大数据来了解原料供应企业与卷烟工业企业之间的潜在关系,供应企业可在制定营销策略时,有效维持关系,提升客户粘着性。相比普通信息,大数据类型多样、数量庞大、传输速度快,内容精准度高,烟草企业不仅要掌握大量数据,还要对其实施专业处理,以此体现数据价值。烟草企业营销处于转型阶段,主要从供应链转型为价值链,更注重卷烟工业企业对生产所用原料的需求,卷烟工业这一客户群体需要价值更高的烟叶原料,原料供应企业无论是进行市场竞争还是建设品牌,都要形成有效的营销策略。

2 烟草企业创新营销的策略

2.1 细分卷烟工业企业类型,了解工业企业的生产需求

烟叶供应企业在过去的营销活动中,了解作为客户的卷烟工业企业类型时,主要面向工业企业进行调查,对调查中的信息进行整理与提取,进而加深对烟草市场中的卷烟工业的了解程度,明确卷烟工业企业的具体生产体系,掌握原料需求,有针对性地推出烟草原料产品,虽然符合统计定律,但是形成的分类具有粗放性的特点,最终确定的客户属性较为单一,难以获取结构化数据,数据资源也难以得到重复利用;而采用大数据分析工具时,可直接对最近几年,卷烟工业企业在各省市的调拨烟叶数量和等级结构情况信息进行了解,同时掌握其在本省进行加工与调拨烟叶的信息加以采集,通过分析对比等数据研究方法明确各卷烟工业企业的调拨量与加工量之间的潜在关系,确定各工业企业的卷烟风格,以主动的态度对卷烟工业企业进行衔接,充分利用本企业的烟叶原料多元化的优势,提高烟叶资源利用率和可用性,并对烟叶资源的配方风格进行拓展。在数据资源的支持下,对烟叶供应企业自身的经营发展情况以及未来品牌发展需求进行充分结合,划分出目标客户群体,丰富增值服务类型。

2.2 充分满足客户需求

大数据采集技术可以帮助烟叶供应企业从更多方面来全面地了解客户群体的基本情况,以此为烟草原料营销工作提供参考依据。烟叶供应企业可对一定时期内各工业企业客户的配方加工模块进行采集,对化学指标、物理指标等重点数据进行深入分析,把握这些指标的变化趋势,运用这些信息促进企业内部原料购进与技术中心之间的交流活动,生产出更加符合卷烟工业需求的配方模块,为后续营销工作进行有效准备。收集客户群信息时,注意对服务需求信息与产品信息进行研究,以此来针对不同的卷烟工业提供专门的服务,在考虑共性需求的基础上重视个性化需求,运用需求信息来提升加工服务水平,使配方加工更加符合客户的卷烟风格需求。

2.3 建设客户营销档案

烟叶供应企业建设客户营销档案时,可通过大数据技术来使档案信息更加全面,在营销工作中也可形成更高的利用价值。客户档案主要包括烤季加工档案与人员档案。搜集卷烟厂原料部门工作者以及客户技术中心中人员的信息后,了解卷烟厂相关人员的职务、年龄、姓名、习惯、生日等,这些信息都能够在烟叶供应企业的营销人员与客户沟通时发挥作用,提升沟通效率,还要让客户能够感受到本企业的人文关怀理念,对其形成更好的印象,提升营销满意度。复烤加工档案的内容包括客户客户经济指标、质量指标、技术协议与每烤季的具体加工量、配方加工模块信息等,加工这部分数据时可以运用数学模型与其他数据加工技术,每个烤季期间都要开展加工分析活动,形成客户专题报告,进入烤季后需要不断提升加工质量,烤季结束后需要对客户进行回访,这些工作都要建立在数据资源之上;在产后、产中与产前等多个阶段中开设客户协调会,在与卷烟工业企业客户进行协调沟通时,必须要发挥出数据资源的优势,形成高效沟通机制,在现有数据资源的基础上还要继续收集工业企业对烟叶供应企业在后期服务、物流运输、仓储管理、产品质量管理以及生产加工等活动存在的建议以及意见,做好客户信息反馈工作,将这些重要的客户信息反馈到生产与营销等多个环节中,进行调整与改进,进而形成更加科学的营销服务与管理体系。

2.4 运用大数据思维与技术形成新型营销平台

烟叶供应企业将大数据技术融入到营销活动中时,必须要先形成大数据思维,将数据资源转变为驱动营销体系升级的动力,发挥出大数据的指导作用;注重对外部资源与内部资源进行有效整合,形成共享数据平台,通过平台来对营销相关数据进行获取并加以利用,可运用SPC技术、RFID技术以及以太网技术等,完成初步处理营销数据的任务,在建设数据关系模型后,结合管理层级设置权限,实现对销售数据与客户数据的有力保护,规避网络风险给营销数据管理构成的负面影响,数据资源可以使烟叶供应企业形成更加精细化的营销模式。

结语

烟叶供应企业必须坚持与时俱进的发展理念,对大数据资源与处理技术进行合理运用,通过新的技术来支持营销工作,加深对卷烟工业企业等客户的了解程度,将优质的符合工业企业卷烟风格的配方模块成功推向工业企业,以此扩大在烟叶原料的利用率和可用性提升营销的满意度。面对日新月异的市场环境,烟叶供应企业还需继续吸收先进技术力量,更新营销理念,通过更多创新型营销举措,来获得更多优质营销成果,提升烟叶原料销售效益。

参考文献

- [1]刘毅.浅议烟草行业卷烟营销在新零售模式下的改革创新[J].技术与市场,2019,26(5):187-188+190.
- [2]周小平.卷烟营销模式创新与服务体系构建及应用.贵州省,贵州省烟草公司六盘水市公司,2019-06-28.