

# 大数据在烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中的分析与应用

朱凌燕

(中国烟草总公司重庆市公司巫溪分公司, 重庆 405899)

**摘要:**烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理工作直接关系到相关单位能否获得预期收益,但是传统营销绩效管理方法存在很多弊端,例如数据分析不准确、指标不够细化等等,这对于烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理合理开展也产生了消极影响。在这样的整体背景下,很多专业人员都提出应当将大数据应用到烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理工作当中,将绩效管理过程精确为各个具体事项,真正的实现卷烟营销工作任务管理、全过程数据评价、工作项目实时统计,进而推动整个烟草行业基层单位卷烟营销队伍管理“数字化”转型。本文在研究过程中就将关注的重点集中在了大数据在烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中的分析与应用层面,提出了几点建议对策主要包括打通系统数据接口,建立绩效大数据仓库、优化分析方法,建立多维化数据分析模型、引入管理效应评估机制,建立绩效改进决策模块以及整合个人绩效数据,建立“组织+个人”绩效联动平台。

**关键词:**大数据;烟草行业基层单位;卷烟营销绩效管理

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.36.055

## 1 前言

大数据分析主要指的就是对数量巨大的数据加以合理分析,最终从数据结果当中获取到多智能、深层次、有价值的信息,进而能够帮助企业获得最为科学且正确的综合判断与决策。经过多年来发展,很多烟草行业基层单位都已经积累了很多与卷烟营销绩效管理相关的数据,例如绩效指标、指标执行情况、考评结果、结果运用等等。从烟草行业基层单位卷烟营销系统角度看,是一个十分庞大的数据仓库,通过对已有数据进行深入的分析与研究,对综合考量绩效管理实施效果提升、科学研判绩效改进方向纠正、优化绩效结果运用方式都会起到十分积极的帮助作用。因此本文在研究过程中就对大数据技术在烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中的应用进行了针对性的阐述与分析。

## 2 大数据分析应用于烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中的可行性分析

### 2.1 大数据分析特点与方法

对于大数据分析而言,其是随着互联网技术以及云计算出现的一种全新的分析方法。从大数据分析自身所具有的特点上看,主要可以概括为数据量大、速度快、类型多、价值高、真实性强。也正是因为这些特征的存在使得大数据与传统数据概念之间存在较大差别。需要注重说明的一点就是大数据的概念与“海量数据”概念存在本质上的差异性,后者所关注的是数据的量,而对于大数据技术而言,其一方面关注数据的量但是更为关键的还是将重点集中在数据分析层面,通过数据分析最终能够获得有价值的信息。随着最近几年互联网技术应用范围的不断扩大,很多

行业当中都涉及到了大数据技术,这也决定了大数据技术具有着十分巨大的应用价值。

从整体角度上看,在开展大数据分析的过程中主要包括以下几种方法:(1)可视化分析。对于大数据分析而言,最为根本的一个要求就是可视化分析,借助于这种方法可以将数据结果直观的展现在使用者面前,也便于使用者应用,就如同看图一样清晰明了。(2)数据挖掘算法。对于大数据分析的理论核心而言,就是数据挖掘算法,不同数据挖掘算法因为数据类型和格式基础的不同使得自身的特点也有所差异,通过科学完善的挖掘算法才可以更为科学的对大数据加以处理,深入到数据内部,真正的寻找到数据自身所具有的潜在价值。(3)预测性分析能力。在大数据分析领域当中,最为关键的一个领域就是预测性分析,挖掘出大数据自身所具有的特点,借助于科学完善的模型,就可以通过模型带入全新数据,对未来相关数据进行合理预测。(4)数据质量与管理。在开展大数据分析的过程中与数据质量与数据管理有着十分紧密联系,只有高质量的数据以及科学完善的数据管理,才能够保证最终所得到的分析结果具有较为良好的真实性与价值度。

### 2.2 大数据分析应用于烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中的可行性

烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理的最终目的就是希望能够借助于合理的绩效指标设定与落实,保证绩效管理的质量以及执行力可以不断提升。对于绩效管理自身而言,绩效分析就是其中最为关键的一个组成部分,而分析是要将数据作为基础,所以在烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中应用大数据技术是十分重要的,具体可以概

括为以下几点:

### 2.2.1 绩效管理效应需要一个综合评价机制

绩效管理实施效果如何,并不取决于领导的表扬,也不取决于参与人员的积极性,是需要通过数据分析加以判断。例如绩效考核分数较低的营销人员具体在哪个方面存在不足而导致分数较低,需要通过数据加以研究与说明。而在实施优化对策之后,绩效水平是否得到了提升也需要借助于数据分析的方式加以实现。而传统数据分析仅仅是将关注重点集中在营销人员某一个阶段所取得的销售数据上,很少会从多维度、多角度出发对营销人员营销绩效水平加以判断,而大数据技术刚好能够满足这个需求,借助于大数据分析技术最终实现高质量的数据分析。

### 2.2.2 绩效改进需要大数据分析作为支撑

一般情况下,每年营销指标都是在年初确定,这些指标需要一年的实际完成,而其产生的效果如何,是否有指标需要在一年的时间当中进行动态调整,所开展的营销工作是否存在薄弱环节是否需要借助于绩效管理工作进行补强与优化,都需要使用绩效大数据进行综合研究,进而为今后的绩效改进工作提供帮助。

### 2.2.3 绩效考评结果运用匹配度需要大数据进行验证

在对绩效考核结果进行使用的过程中,是否运用得当,是否与营销人员实际工作实绩以及实际工作情况可以相互匹配,也都需要使用大数据加以有效的匹配与验证,只有通过这种方式才能够保证最终绩效结果运用水平可以得到显著提升。

### 2.2.4 营销信息化建设为大数据分析提供了基础条件

对于营销指标而言,其覆盖了烟草行业基层单位卷烟营销部门的所有工作人员,所以进行绩效分析工作也需要将各项工作的大数据内容涵盖在其中。随着最近几年营销系统信息化建设水平的不断加快,社会当中也相继出现了很多以数据分析为基础的信息化系统,也积累了十分多的工作数据,这也为大数据分析奠定了坚实基础。如果能够将这些数据与绩效信息系统合理衔接在一起,借助于绩效信息系统开展大数据分析,那么对于提升绩效分析深度以及绩效管理水平也会起到积极帮助作用。

## 3 大数据在烟草行业基层单位卷烟营销绩效中的应用对策

最大程度上的合理使用大数据分析技术,对于不断提升整个绩效信息系统数据分析应用能力,提升绩效分析水平,加快绩效改进速度都会起到积极帮助作用。结合之前所开展的相关工作,笔者认为在将大数据技术应用到烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理过程中,可以从以下四个方面加以入手:

### 3.1 打通系统数据接口,建立绩效大数据仓库

如果想要保证大数据技术真正发挥自身的价值,关键所在就是要将大规模的数据作为自身基础。目前,获取数据的主要来源就是要保证绩效信息系统与其他工作应用

系统数据接口可以实现衔接,结合营销绩效指标考评情况以及营销绩效管理工作需求,由系统自动的从数据库当中对数据进行采集,为营销绩效管理提供数据支持。例如通过与烟草交易市场信息系统对接,可以获取到任意年份的烟草成交记录、最近一段时间的烟草成交记录,通过这种方式就可以结合整个市场的实际发展情况对相关绩效考核指标进行动态调整。通过与财务管理系统进行对接,就可以判断绩效考核预算执行情况、资金结转情况等等。从目前实际情况看,与烟草行业相关的各类应用系统多达百个,覆盖了烟草行业销售、财务管理、人事管理、廉政建设等一系列的工作,基本包含了烟草行业基层单位营销管理的各项工作。而各个系统当中所累积的数据对于营销绩效管理都有着比较高的应用价值,一些数据甚至可以将其直接作为考评依据。所以,将系统当中所采集到的数据集中在一起,构建出绩效管理数据池,因此具有着十分重要的意义。一方面,可以保证绩效管理水乎得到提升。打通绩效管理信息系统与这些系统的数据衔接力度,并对数据进行筛选与加工,能够对一部分考核指标进行量化并最终得到绩效考核评分,不需要人为干预,使得人为主观因素得到显著降低,也令最终得到的绩效考核结果更加公正可靠。诸如组织收入、征管质量等都可以借助系统对数据进行采集并实现自主评分。而从另外一方面角度看,各个应用系统数据集中可以为绩效分析提供更为详细的数据基础。在构建绩效大数据池完毕之后,绩效信息系统将会涵盖收入、征管、执法、财务等一系列数据,并不再是较为单一的指标与考核得分数,无论是数据种类还是数据质量都更为理想,能够对数据进行综合与深度加工分析。

### 3.2 优化分析方法,建立多维化数据分析模型

对于大数据分析技术而言可以最大限度上的解决之前营销绩效管理过程中所存在的统计分析方法简单、数据分析维度单一的情况,合理使用大数据与信息技术的优势,从多个层面入手对绩效数据进行研究,进而可以挖掘到数据背后的问题。首先,应当不断提升数据的可见性。系统应当从根本上打破层级以及地区的权限限制,对数据共享与访问权限进行开放,保证烟草行业基层各个单位的营销绩效数据可以相互共享,便于不同单位进行对比研究。所选择的数据不应当简单局限于绩效评分数据,而应当将绩效指标完成情况的相关数据加以适当公开,保证烟草行业基层单位之间可以进行对比研究,分析不同地区单位对同类型工作的考评标准与尺度,与此同时也可以判断绩效评分是否与工作实际情况相吻合,进而最大程度上的实现营销绩效公平。

其次,应当构建多维分析方法。结合营销管理的实际情况,可以从以下几个角度出发对相关烟草营销数据进行统计分析。首先,从烟草行业基层单位角度看,应当将上一年数据作为基础,统计各个单位绩效得分、加减分、排名等情况,便于可以更好的掌握营销部门的实际工作情

况;从考评部门层面看,要将营销考评部门作为重要基础,统计营销部门具体得分情况以及明细条目,有利于分线统计分析各个被考评部门在同级同类部门间绩效指标的执行情况,便于营销部门可以找到自身的营销薄弱环节;从营销指标角度上看,要对烟草行业基层单位工作人员指标完成情况、排名情况进行统计,找出营销部门绩效所存在的问题。

### 3.3 引入管理效应评估机制,建立绩效改进决策模块

首先,应当构建指标效应评估模型。通过所建设的绩效历史数据库,逐一对比本年度与上一年度各项营销指标的完成情况,判断实际绩效与绩效指标的联系,分析营销部门营销指标的实施效果。其次,要对不同指标的权重系数进行综合确定,并综合针对指标实施效果,判断本年度营销绩效管理的整体效应,并对效应前后年度进行对比分析,最终判断营销部门营销绩效管理工作是否达到了预期效果。再次,应当借助于管理效应评估结果构建绩效改进决策模型,这也是积极开展管理效应评估的最为根本的目的之一。如果想要保障公司绩效考核工作能够得以顺利开展,必须要高度关注从企业文化角度出发进行合理的建设与引领。对于企业文化建设而言,其是一个较为复杂且耗时间较长过程,不但可以通过领导者与管理者言传身教慢慢发散,也可以通过重大决策进行合理塑造。企业文化根植于员工内心深处,同时也可以无形之中引导员工选择最为科学且适宜工作方法,能够引导员工在进行绩效考核的过程中积极应对所存在的一系列问题。如果绩效考核制度保障是企业的骨骼,那么文化保障就相当于人们的神经网络,时刻传达企业整体精神以及发展理念,引导员工能够朝着企业发展方向不断前行。从微观层面看,应当结合绩效指标效应评估所最终得到的结果,判断哪些指标对提升营销水平会起到积极作用,哪些指标并没有得到预期效果,进而分析哪些营销指标需要进行不断的优化与完善;最后,从宏观角度上看,应当按照地区、单位以及部门的不同分析绩效管理整体的实施效果,以地区为单位进行横向对比,分析营销指标是否合理,从时间纵向层面出发分析指标是否具有实用性,找出营销部门日常工作所存在的各类问题,评估绩效指标价值,为今后改进与优化提供参考。另外,要不断加强对绩效数据的分析力度,综合分析按期考评率、机考数据以及考评标准是否具有良好匹配度,找出营销绩效管理出现的问题,进而对绩效管理机制加以优化与完善。

### 3.4 整合个人绩效数据,建立“组织+个人”绩效联动平台

虽然目前很多烟草行业基层单位在开展营销绩效管理的过程中也将大数据技术应用到其中,但是仅仅是覆盖了组织绩效,并没有综合考虑个人绩效,但是营销部门整体绩效考评分数不高并不能寻找到相关责任人,也无法对个人营销数据进行分析。所以,在绩效信息系统当中必须

要将个人绩效管理的相关指标融入到其中。一方面,可以对组织绩效指标加以定责,将营销部门绩效延伸到个人绩效层面;而另外一方面,可以借助于自定义个人绩效指标,对个人工作绩效考评进行合理考评。在构建绩效考核制度之后,首先应当保证其在一段时间内能够具有着较为合理稳定性与持续性。制度频繁调整与变动会导致员工自身的归属感有所降低,也会影响员工长期激励,更不利于企业发展稳定性,所以在制定或者完善相关制度过程当中,一定要受到企业高层管理者关注,听取相关专家意见与建议,使得组织绩效与个人绩效数据在整个系统当中都可以实现紧密相连,彼此相互补充。另外,借助于对组织绩效与个人绩效数据的综合分析对比,可以对岗位、个人能力、知识结构等因素对营销绩效指标所产生的影响进行研究,找出目前本企业内部营销队伍建设多存在的问题,这也能够为岗位优化提供帮助,使用大数据加实现岗位配置,保证企业人力资源自身价值可以得到充分发挥,最终成为一支满足信息化发展需求的数字化营销团队。

## 4 结束语

本文在研究过程中主要对大数据在烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中的分析与应用问题进行了研究。首先分析了大数据分析应用于烟草行业基层单位卷烟营销绩效管理中的可行性主要可以概括为绩效管理需要一个综合评价机制、绩效改进需要大数据分析作为支撑、绩效考评结果运用匹配度需要大数据进行验证以及营销信息化建设为大数据分析提供了基础条件。在此基础上本文也提出了几点大数据在烟草行业基层单位卷烟营销绩效中的应用对策主要包括打通系统数据接口,建立绩效大数据仓库、优化分析方法,建立多维化数据分析模型、引入管理效应评估机制,建立绩效改进决策模块以及整合个人绩效数据,建立“组织+个人”绩效联动平台。

## 参考文献

- [1]吴亮亮.财政事业单位财务信息化建设预算绩效管理探究[J].中国市场,2021(33):187-188.
- [2]孙晓铎.大数据视角下专项资金支出绩效评价优化探讨[J].中国农业会计,2021(11):54-55.
- [3]武宝贵.基于大数据的企业绩效管理优化[J].现代企业,2021(11):13-14.
- [4]张霞.大数据环境下的战略性绩效管理[J].人力资源,2021(20):62-63.
- [5]唐冰颖,许显达.大数据时代,企业绩效管理求创新[J].人力资源,2021(20):66-67.
- [6]孟帅.财政扶贫资金绩效管理问题研究[J].行政事业资产与财务,2021(19):35-36.

作者简介:朱凌燕(1988,1-),女,籍贯:贵州省遵义市,大学本科学历,目前职称:中级经济师(人力资源),研究方向:卷烟营销队伍转型。