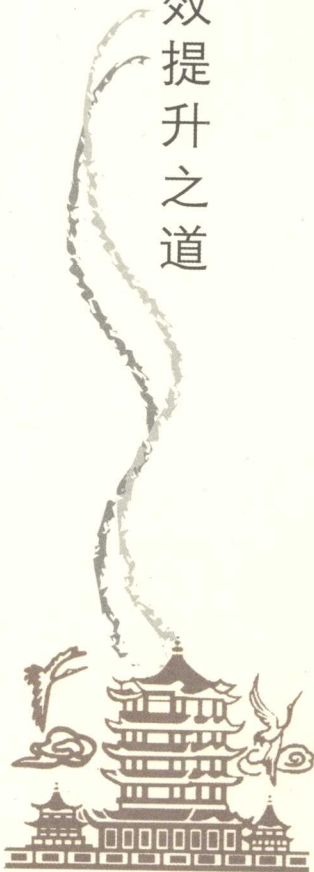


本书编委会 编

服务制胜

营销提升
经营提典
草效金
烟绩

客户经理绩效提升之道



山东大学出版社

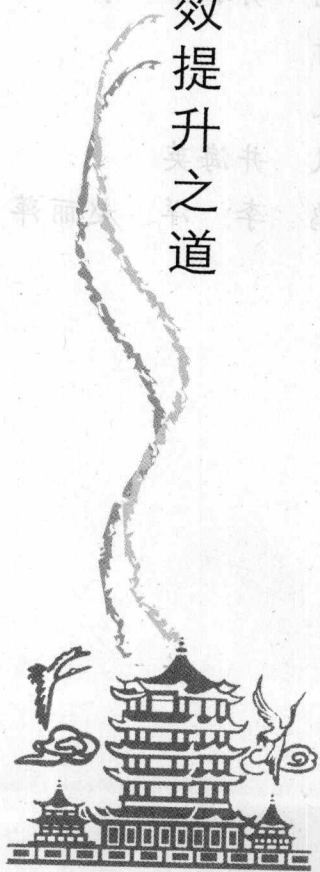


本书编委会 编

服务制胜

营销提升
经营提典
烟草绩效
烟金

客户经理绩效提升之道



山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务制胜:客户经理绩效提升之道/韩春曦,杨善民主编.
—济南:山东大学出版社,2007.11
(烟草营销绩效提升金典)
ISBN 978-7-5607-3486-6

I. 服...
II. ①韩...②杨...
III. 烟草工业—市场营销学
IV. F407.895

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 171379 号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路 27 号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

山东新华印刷厂印刷

720×1000 毫米 1/16 74.5 印张 10 插页 834 千字

2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

定价:197.50 元(全五册)

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

(订购热线:0531—88025672 13515313352)

www.yuandafirst.com/ydculture/)



序

孙公准

本世纪的头十年,是我国烟草行业发展难得的战略机遇期,也是我国烟草极为关键的改革调整时期。抓住这个战略机遇期,积极作为,将大大提高我国烟草行业的总体竞争能力。

——随着我国加入 WTO,外国烟草集团进入中国,中国烟草行业面临空前的挑战。

——由于《烟草控制框架公约》的签署,禁烟的呼声日益高涨。

——卷烟工业行业的快速重组整合,使得卷烟品牌集中度提升,市场竞争更加激烈。

在这种情况下,创新烟草营销管理与服务,就成为 21 世纪中国烟草行业经营制胜的必由之路。

所谓创新,包括技术创新、产品创新、管理创新、服务创新、文化创新等。深入研究烟草行业创新的规律,积极进行各项创新,处理好行业运营中存在的各种关系,是目前烟草行业急需解决的问题。特别是创新管理与服务,对提高烟草行业管理能力和水平,使行业在竞争中处于领先地位,并实现可持续发展,具有十分重要



的战略意义。

《烟草营销绩效提升金典》，将烟草行业的创新管理与精细化规范化管理巧妙地融为一体。它不仅针对我国烟草行业的现存问题专门提出了一系列解决方案，而且吸收了国内外各行业的先进经营管理经验，提出了新的见解，对改造、创新我国现行烟草商业企业管理模式，具有很大的指导意义。

《烟草营销绩效提升金典》是基于“按订单供货”的要求，以“两个维护”为指针，以山东省的成功实践为借鉴，并吸收了国内外各行业的先进经验编纂而成。“按客户订单组织货源”，既促进了烟草行业现存体制、机制的变革，促进了工商信息的共享；又培育了名优品牌，促进了销量的稳定增长和品牌集中度的稳定提高；同时还提高了市场预测的水平，使行业适应市场的能力得到了有效提升。

《烟草营销绩效提升金典》是我国第一套以“按订单供货”为导向，在系统地研究烟草商业企业营销战略、绩效提升、人员管理理论和实践经验的基础上，为烟草行业量身定做的书籍，对深化改革，转变经营机制，实现烟草行业的健康发展有很大的启示。

《烟草营销绩效提升金典》对烟草行业“三线四员”，客户经理、电访员、专卖稽查员以及零售户工作中面临的具体问题，做了精细化的透彻阐述，有助于我们有的放矢地解决具体问题，从而达到优化行业管理、提高行业绩效、提高从业人员管理水平和服务能力的目的。

“三线四员”绩效管理、专卖稽查员执法服务规范、



零售户营销能力提升等方面的工作,是关系烟草行业持续发展的基础性工作,它不仅贯穿于烟草供应、销售管理的全过程,而且是加强烟草行业规范管理,提高烟草行业整体能力与服务水平的必需之举。烟草行业今后发展靠什么?要靠在坚持专卖制度的前提下,坚定不移地推进以市场为取向的体制改革,进一步规范、整合提高我国烟草行业的行业秩序,提高管理创新和规范化水平,提升各项工作的绩效,从而推动整个烟草行业的良性、健康、迅速发展。

《烟草营销绩效提升金典》读本,从烟草行业“三线四员”及零售户管理、营销、服务工作的实际需要出发,以提升业务能力和绩效为目的,所精选的政策法规、制度方法、经典案例、营销管理心得以及幽默故事等,既具有理论指导意义,又具有极强的阅读趣味性!

我由衷地希望《烟草营销绩效提升金典》的出版,能够成为我省烟草行业广大员工学习培训的有力工具,使我省烟草行业实现又好又快的持续发展,为山东经济社会实现“三个率先”发展作出积极贡献!



前言

时间的轮盘又将开始新一番的轮回。追溯往昔,时光荏苒,烟草行业的喜怒哀乐、艰辛酸甜时时激荡着我们的内心,并将我们引入更深层次的探索与思考……

中国烟草行业正经历着坎坷的改革蝶变,即将全球化的烟草市场,管理方式在变,服务方式在变,客户需求在变,消费者口味也在变。

- 卷烟工业企业加快了重组整合的前行步伐;
- 订单供货刷新着卷烟交易的进化之程;
- 地、市级分公司成为卷烟市场经营主体,促进着各地、市级分公司之间展开竞争,也意味着各省之间地方市场的保护膜被打破;

中国烟草行业发生的事情太多太多,烟草界的同仁们也都在共同经历风雨,共同迎来成长。

我们正置身于一个急剧变革的时代!

如何革新烟草行业的运营管理?

如何有效提升行业绩效,全面提高从业人员的业务素质和服务水准?

如何深化改革,转变机制,促使国内烟草企业更好地适应新的国际竞争形势?

……

针对这些新问题和新挑战,《烟草营销绩效提升金典》的出版,无疑为我国烟草行业特别是烟草商业企业的发展注入了一股新的活力。



《烟草营销绩效提升金典》包括《卷烟零售户赢利之道》、《三线四员绩效提升与管理之道》、《客户经理绩效提升之道》、《专卖稽查员绩效提升之道》、《电访员绩效提升之道》五部分,是基于“按订单供货”的成功实践,并吸收、借鉴了国内外各行业的先进经验编纂而成的。同时,它也是我国第一套以“按订单供货”为导向,系统参照、研究了我国烟草商业企业营销战略、绩效提升、人员管理等经验而撰写的一套实用性很强的读本。

《烟草营销绩效提升金典》有两大特点:一是在于它始终是以“按客户订单组织货源”为导向;二是它细分、细化了客户经理、电访员、专卖稽查员和零售户所遇到的典型问题,并分别提供了解决方案,具有很强的实践意义,有助于我们有的放矢地解决卷烟营销运营中的各种具体问题,从而达到提高行业绩效,提高从业人员管理水平和服务能力的目的。“三线四员”绩效管理是关系到烟草行业持续发展的基础性工作,它不仅贯穿于烟草供应、销售的全过程,而且是加强烟草行业规范管理,提高烟草行业综合能力与服务水平的基本途径。烟草行业今后发展,就是要在坚持专卖制度的前提下,坚定不移地推进以市场为取向的改革;充分发挥市场配置资源的作用,进一步规范、整合提高我国烟草行业的行业秩序,提高管理规范化水平,提升各项工作绩效,推动整个烟草行业的良性、健康、快速发展。

烟草行业正在迎接更大的风雨和挑战。《烟草营销绩效提升金典》的出版,可谓正逢其时。我们坚信,通过参阅、学习本书,结合具体工作实际,“三线四员”及零售户的管理水平与服务水平、经营业绩,必将会有较大的提升。对此,我们信心满怀,拭目以待!

韩春曦

2007年11月

黄鹤楼香烟包装欣赏

黄鹤楼千年传奇，南洋的烟草百年风雨，传统文化的博大精深，为塑造“黄鹤楼”香烟这一经典品牌的个性和气质提供了不竭的源泉。

浪漫经典，是对“黄鹤楼”香烟包装的最佳诠释。其包装以尊贵的黄金色为主色调，采用了对比强烈的黑红两色，既继承了中国古代美学的经典要素，又表达了朴素的辩证思想；既妙融中国元素与西方概念于一身，又承袭千年名楼的古风雅韵，缔造出中西合璧之浪漫情韵，向世人尽释出该品牌独特的设计哲学，深含我国民族特色和深厚的历史底蕴，极具欣赏价值。



源于东方的思考

黄鹤楼 1916 包装典雅，极具个性，素有“奢侈的黄金梦想”之称。该包装始终围绕着金色做文章，通过不断延伸及变化，在众多烟草品牌中脱颖而出，占据了金色色系，传承了金的尊贵与厚重，散发出独特魅力。该烟包装具有明显的新古典主义风尚，个性鲜明，恰如其分地表现出“梦想终成现实，经典焕发光彩”的核心要义。



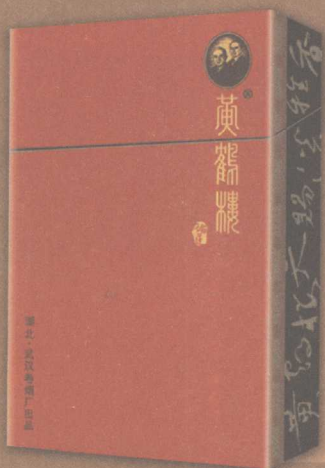
金羽飞扬 飘逸扶摇

黄鹤楼 漫天游 以千古名楼——黄鹤楼的形体为主要标识，包装设计雍容华贵。它不仅继承了我中国传统包装的艺术至理，而且积极运用了现代的科技、语言、价值观来进行设计和文化创新。因而，“黄鹤楼·漫天游”被坊间人士称为“洋溢着新古典主义风尚的中式经典品牌”，凝聚了设计者的智慧。



绿色 科技 人文

黄鹤楼 08 黄鹤楼处长江之心，踞蛇山之巔，外五内九，气度尊贵。“黄鹤楼·08”香烟，有“香到浓时反转无”的磅礴意境。其包装以古朴厚重的黄鹤楼与振翅欲翔的黄鹤为设计基础，总体外观给人以庄重、宁静、简洁之感，与“绿色、科技、人文”的奥运精神不谋而合。



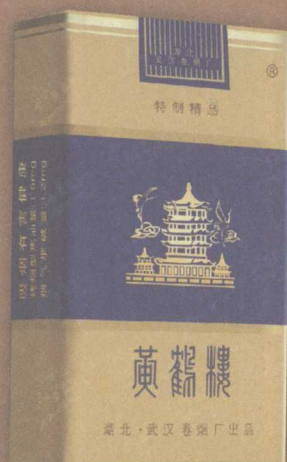
论道 红与黑

黄鹤楼 论道 以红黑两色为主调，红色是跳跃的，所以经典在世代的更迭中生生不息；黑色是永恒的，所以经典在时空的延续中历久弥新。“黄鹤楼·论道”创新传承源于“黄鹤楼·1916”的独特工艺，在红与黑中创塑了中式卷烟的唯美经典。



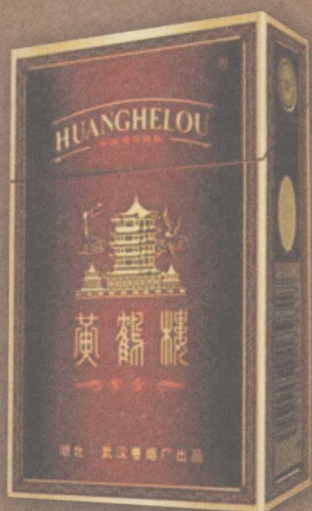
一百年风格 尽在淡雅香

黄鹤楼 淡雅香 中式卷烟传统，由南洋兄弟自1916年始创，传承至今。在经典面前，几十年时光犹白驹过隙，转瞬即逝。“黄鹤楼·淡雅香”沿袭了传统烟静的线条风格，线条上不再附加色彩，使之更具独特的民族风格和浓郁的生活气息，也成就了其飘逸透发的淡雅香风格。



淡雅醇和 庄重内敛

黄鹤楼 软蓝 “昔人已乘黄鹤去，此地空余黄鹤楼。”文因景成，景借文传。中国的名胜胜迹，因文化内涵得以传承。“黄鹤楼·软蓝”，烟如其名，恰如其分地继承了这一脉文化，把“醇”和“厚”的概念提升到了极致。大雅至心，物我两忘。



气宇轩昂 紫金为贵

黄鹤楼 紫金 时间记录完美，技术的极致即是艺术，一如“黄鹤楼·紫金”。金色种种，紫金为贵，紫金是霞光的颜色，是气宇轩昂、直达天际的象征。“黄鹤楼·紫金”的包装，图形和内容之间存在一种逻辑性的联系，更好地表现出了该品牌的商业价值。



色彩斑斓 神韵独具

黄鹤楼 金砂 突破了传统的包装设计，所采用的色彩斑斓、夸张，使其具有极强的视觉冲击力，整体凸显出尊贵、大气的意境。品牌名称采用传统的中国书法加以表现，不仅有助于吸引消费者的注意，而且能使他们获得艺术享受。

烟草知识:烟标见证时代变迁

香烟商标作为社会历史和社会现实的依托形式，深刻地记录着社会的时代特征，并以其丰富的民族风格反映了历史文化，因而极具收藏价值。

华夏大地的烟标文化博大精深，丰富多彩。由于烟标文化的大俗大雅，在民间收藏热浪的推动下，我国业已形成了一道前所未有的烟标收藏“风景线”。在此，我们斟选了一批较具时代特征的烟标，供读者鉴赏。



哈德门 “哈德门”香烟最早由大英烟草公司于1919年注册，是中国上世纪二三十年代家喻户晓的著名香烟品牌。当时的报纸称“无人不知哈德门，是人都抽哈德门”。1963年停产。1992年青岛卷烟厂恢复生产。



红舞 “红舞”香烟的图案以样板戏《红色娘子军》的剧名和剧照作为烟标。20世纪70年代中期，山东青岛卷烟厂出品的“红舞”香烟，见证了中国当代历史上一段特殊年代。



桃花扇 被誉为清代传奇南北高峰之一的《桃花扇》，是一部结构宏伟的历史悲剧。由孔尚任创作的《桃花扇》内容、思想及人物塑造都取得了卓越的成就。梁启超对该剧大为赞赏，称“《桃花扇》冠绝千古矣！”图为襄樊卷烟厂1972年出产的“桃花扇”烟标。



丰收 新中国成立后，厦门人民怀着对新生活的憧憬，热火朝天地投入到土地革命中，农业生产初步恢复。1950年华康烟厂推出了“丰收”牌香烟。“丰收”成为上世纪50年代民族经济发展的缩影。



三峡 “神女应无恙，当惊世界殊。”毛泽东诗中的神女峰，位于长江三峡。三峡，是万里长江中一段山水壮丽的大峡谷，为中国十大风景名胜之一。“三峡”烟标1972年创牌。图为湖北三峡烟草公司1977年出品的“三峡”卷烟烟标。



大鸡 寓意为“劳动人民盼望鸡鸣、盼望天亮、盼望解放翻身做主人”。图为济南卷烟厂的前身于1943年出品的“大鸡”牌香烟烟标。



长江 长江发源于世界屋脊——青藏高原的唐古拉山脉，流域面积180万平方公里。1979年湖北武汉烟厂以“长江”为牌号出品的烟标，是烟标收藏爱好者手中不可多得的珍品。



游泳 毛泽东不但是伟大的政治家、军事家，也是杰出的诗人和书法家。很多烟标上留下过他的手迹。武汉卷烟厂1967年开始生产的“游泳”牌香烟，“游泳”烟标上的“万里长江横渡，极目楚天舒”，就是毛泽东主席1956年横渡长江时所题写的诗句。