# 最新烟草营销工作总结报告 烟草营销工作总结(模板8篇)

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-07-04

*在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。烟草营销工作总结报告篇一各位领导、各位同事：大家好！我是x...*

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**烟草营销工作总结报告篇一**

各位领导、各位同事：

大家好！

我是xx超市电脑部xx，新的一年如期而至，做为超市的主导部门，我更应练好自己的内功，细化自己的工作。下面我将一年的工作情况作个汇报。过去的一年，我们为实现公司的方针、目标，加强计算机信息系统管理，使之具体化、规范化和现代化，达到为商场经营管理活动全面服务的目的，我们对所管辖范围内的软硬件系统及设备进行严格的管理，确保信息系统设备的正常有效运转，以及数据的准确安全。我的工作具体评述以下几点：

１．商品信息系统管理：从一份份合同到一个个商品可以通畅的进行销售，从每一天各柜组商品的监控、每周商品价格市调、商品负库存销售修正、商品损溢调整、每月商品盘点、每个档期商品促销活动的价格变更、到每月结算的销售汇总。后台系统及时做好商品的建档工作和维护工作，各类单据必须及时输入电脑，数据录入必须保证其准确性，以保证前台系统及时获得最新的商品信息并进行销售处理，所有单据的归档必须规范。及时做好销售和库存的调整工作并保证其准确性。这中间执行的每一步都严格规范，我要求在系统中操作的步骤一切依流程为准。认真做好每日例行的数据备份工作，确保信息的通畅流转。

２．软硬件设施的应用、维护与管理：安装、调试进销存系统、财务系统，确保二套系统正常运行。根据工作分工授予不同用户在系统中的使用权限，确保系统的安全性。做到每日不定时巡场，及时排除收银工作期间pos机故障，督促各部门员工正确使用各类设备，纠正其违章操作行为，并对其进行指导和培训，定期检修清洁维护管辖范围内的各种设备，对系统运行过程中出现的疑难、突发性软件故障及时予以排除，保证设备的正常安全运行。对外进行技术合作，确保公司的管理系统处于领先地位。

３．员工的培养与规范管理：我们部门人手少、事情多，工作的技术含量高，因此我对本部门的员工依据公司的各项规定进行严格的管理，定期的进行技术操作培训与系统操作运用知识的考核，为帮助大家提高解决工作的实际问题的能力，营造边学、边干、边提高的良好氛围，确保在工作中运用自如。本部门内部着重检查每位员工上月工作情况，布置当月工作，筹划下月工作，做到有部署、有检查、有落实、有回音。制定了规范管理办法，明确设置岗位与操作流程，对其进行跟踪管理和职责配置、设备的保管与维护、运行的规程与要求、信息的有效使用及网络安全等，统一作出了严格的规定。

总而言之，过去一年的信息管理工作，我做了新的探索，也取得了新的成效，这里面包含着公司领导的关怀和支持，也凝聚着本部门全体员工的心血和汗水，同时也得益于其它各公司和各部门的理解与配合，我作为主管，自认为我和我的员工尽心努力地工作了，我们仅仅做了一些力所能及的工作，回想起来，我走上电脑部主管的岗位之日，正值超市运营高潮到来之时，这是难得的工作机遇，也是巨大的工作压力，即使加班加点、即使东奔西走、即使有得有失，我也无怨无悔，有四个值得欣慰的地方：

第四个欣慰的是自己一直保持着强烈的敬业精神。对我来讲，信息系统管理是一项十分深奥的工作，我老老实实地学习，不懂就问，不会就学，既勤奋干事，又努力协调好上下、左右、内外，还有\"人\"\"机\"之间的关系。

面对当前的信息管理工作，我要用平常之心对待不平常之事。从事信息管理工作以来，我从一般员工到\"兵头将尾\"，无论在什么岗位上，我都要求自己先做人，再做事，从来不敢有一丝一毫的懈怠。我要从信息技术管理、业务知识上加倍努力学习，进取不怠，发扬成绩，纠正错误，为我们蒸蒸日上的东星\*\*\*事业尽心尽力，添砖加瓦。

谢谢大家！

**烟草营销工作总结报告篇二**

(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、的具体工作措施

(一)、各部门各司其职，通力协作，保证20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。

2024上半年营销工作总结

**烟草营销工作总结报告篇三**

20xx年，永福营销部在市局(公司)党组的正确领导下，以xxx理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，紧紧围绕“卷烟上水平”的基本方针和战略任务，切实开展“管理上水平、营销上水平”工作，扎实开展“讲责任、讲奉献、讲纪律”教育活动，并以深化服务营销、夯实基础管理为重点，以改革创新为动力，以强化内部管理长效机制为手段，促进广大干部职工以满腔热情、富有激情、充满智慧、奋力创新的良好精神状态，用尽善尽美的工作努力践行“两个至上”行业共同价值观。一年以来，经过全局员工的共同努力，永福营销部的各项工作与往年相比又上了一个新台阶。，为更好地开展明年的工作，现将今年工作总结如下：

(一)20xx年的主要工作及成效

1、总量和低档烟销售情况

永福营销部全年销售总量为9391箱，完成全年计划9390箱的100%，同比去年销量9085箱，增加了306箱，同比增长。

2、单箱金额情况

全年累计单箱金额为13005元(不含税)，完成全年计划单箱金额13090的，同比去年的11436元(不含税)增加了1569元，增幅为。

3、下半年8元以上真龙销售情况

今年下半年共销售8元以上真龙331箱，完成下半年370箱的，比去年同期的箱增加了箱，增幅为。

4、下半年黄鹤楼品牌销售情况

今年下半年共销售箱，完成年度计划12箱的，比去年的同期的箱增加了箱，增幅为。

5、卷烟销售结构情况

全年累计销售一类烟箱，同比增长，二类烟箱，同比增长，三类烟箱，同比增长，四类烟箱，同比下降，五类烟箱，同比下降。

从各项销售指标完成来看，今年我们实现了平稳有效的增长，作为b类区域市场，销售总量的完成是根本，为此我们在年初对区域市场的客户进行全面梳理、科学分析、合理划分，确保市场的满足性供应;在总量稳步增长的基础上，我们围绕“卷烟上水平”的基本方针为指导努力狠抓“卷烟结构上水平”，其中以二类烟重点培育，“低四”转“高四”、“低三”转“高三”的宣传指导，真龙、黄鹤楼重点品牌培育等工作内容为抓手，全面提升卷烟销售结构的提升。由于低档烟货源投放的减少及消费结构的升级，四类烟及五类烟同比均有所下降。

(二)20xx年主要工作及经验

1、大力开展创建优秀县级局工作，促进永福局(营销部)各项工作全面发展。严格按照“创优”标准落实每项工作，始终站在“高要求、高目标”的角度来认识和开展“双创”活动;始终保持“争一流，创一流”的坚定信念。

(1)我局将“双创”延伸到全员参与，并制定了《“双创”学习活动月实施方案》，采取讨论学习、问答、辩论等载体形式，让全体员工积极参与，建言献策，发挥全体员工的智慧开展创新和建设。让全体人员提高对双创活动重要性的认识，并知道在“双创”活动中自己要做什么、怎么做。

(2)在内部管理方面。通过制定相应的考核制度和考核方案，实行目标结果管理和痕迹化过程管理相结合，将被动考核转变为主动考核。每两个月对前一阶段结果性目标进行考核，每一个月对工作过程和痕迹化进行考核，考核方式上由考核人员主动考核转变为员工主动提交工作记录和资料，由一百分为起点考核人员发现问题相应扣分转变为以零分为起点员工主动证明工作内容来得分，以此转变员工的思想观念，调动工作积极性和主动性，增强员工的执行力。

(3)加强了硬件设施的建设。一方面对办公区域进行重新规划;另一方面对西滨客户服务大厅进行重新装修并于3月开始启用，客户经理和专卖员在客户服务大厅办公，为广大卷烟零售户和消费者提供了更好、更方便的服务。

2、加强队伍建设，提高员工业务素质。

思维、辩证思维能力，全面提高干部员工思想政治素质和履行职责能力，进一步推进思想作风建设，努力实现责任意识有明显增强，思想境界有明显提高，组织纪律有明显进步，工作作风有明显改进，社会满意度有明显提升，为全面推进“卷烟上水平”目标任务落实，保持永福烟草持续健康稳定发展提供有力保证。

(2)加强了对全体员工的技能培训，20xx年我局制定了年度员工培训计划，并严格按照培训计划进行技能培训，进一步提高了全体员工的业务素质。

3、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。

(4)着重抓好8元以上真龙的培育工作

今年下半年，根据市局(公司)的要求，利用真龙(珍品)有奖销售活动的契机，着力抓好8元以上真龙的宣传培育工作。要求客户经理充分发挥主观能动性，克服各种困难，坚决完成上级下达的任务指标;动员其他岗位员工积极配合客户经理的工作，确保完成市局(公司)下达的任务。

**烟草营销工作总结报告篇四**

新的突破和进展，现将上半年工作情况作如下汇报。

半年来，营销部全体人员紧密地团结在台儿庄分局周围，扎扎实实工作，勤勤恳恳做事，立足于烟草营销与服务的主责，调整市场结构，全力保增长，大力培育重点骨干品牌，加强网络建设和市场分析调控，保持了销量稳定增长和效益平稳提升。1—6月份，\*\*营销部累计完成销量###箱，比去年同期的###箱增加了##3箱，同比增长2.13%；累计实现单箱值16037.74元，同比去年的###元增加了###元，同比增长9.93%，；累计实现毛利###万元，同比去年同期的####万元增加###万元，同比增长##%。在销售结构上，鲁产的一二三类烟累计销售####箱，比去年同期的#3箱增加了##箱，占销售总量的##%；重点品牌烟总计销售##箱，比去年同期的#3箱增加了##箱，占销售总量的##%。截至6月30日，全区共有零售客户####户；电子结算户###户，其中城镇电结户##户，农村电结户###户，城镇电结率达到了95%，农村电结率达到了72%，累计电结成功率按金额计算达到了70%。总体来看，销售总额完成全年计划的67%，毛利完成全年计划的56%。

1、加强宣传推介，努力提高重点和鲁牌一二三类烟的上柜率。

上半年，我们认真落实了省局（公司）工作会议精神大会和李总的讲话精神的要求，紧紧围绕“卷烟上水平”的行业基本方针和战略任务，加强了宣传和推介工作，充分挖掘重点客户的销售潜力，极力向客户推荐鲁产品牌、重点品牌，取得了显著成效。目前鲁产的#####、###、#####等市场占有率逐步提高，被越来越多的消费者接受；重点品牌###、#####等，在销售中的比重也大幅度增加，有力地推动了品牌培育工作。

2、维护客户市场，开展拜访活动。

为了确保首季开门红活动的顺利实施，我们积极开展客户大拜访活动，营销科科长、客户经理、市场经理等全体出动，对重点客户和重点区域做了细致的调查研究，认真收集客户信息并加以汇总分类分析，及时对系统信息予以调整，确保了零售客户资料的准确性和客户群投放货源工作的顺利开展，为各项卷烟经营指标的顺利实现奠定了坚实的基础。

3、加大工作力度，积极做好电子结算工作。

努力在提升电子结算率和电结成功率是上半年工作的一大重点。一大力宣传宣传市局（公司）电结奖励政策，使客户知晓电算业务的积极意义；二制定了严格的电结奖惩措施，通过奖优罚劣，进一步提高了客户经理宣传电结工作的积极性和主动性；三继续加强了与市中邮政储蓄银行的沟通与协调，为农村零售客户电结业务的办理提供了极大方便，有力地促进了我区各项电子结算指标的提升。

4、规范经营，努力提升客户盈利水平。按照市局（公司）统一部署和安排，我们辖区500户经营规模比较好的零售客户进行了集中培训，通过培训，进一步提高了广大零售客户的经营理念和经营能力，加深了客我之间的相互了解，巩固了批零联盟基础，为以后的合作奠定了更加坚实的基础。同时，认真开展全员签订规范经营承诺书，切实做好规范经营工作，努力提高客户的盈利水平。

围绕推动优秀县局建设和销售工作，我们做了大量工作。

1、统一思想，提高执行力。我科室以会议、座谈的形式认真学习市局和省局的相关文件，组织人员认真学习了市局的首季开门红大会精神、省局（公司）工作会议精神大会和李总的讲话精神、枣庄烟草20xx年工作会议精神等，紧紧围绕“卷烟上水平”的行业基本方针和战略任务，进一步把思想和认识统一到市局（公司）党委的指示精神上来，提高了执行力，为落实各项政策奠定良好的思想基础。

2、培训交流，提升素质。为进一步提高营销人员营销水平和服务客户的能力，我们积极组织人员参加市局集体培训，同时开展内部培训，以经验交流会、集体开会学习、对辖区优秀线路进行现场观摩学习等形式，引导到营销人员学习先进，查找自身不足，努力提高自身服务水平和服务技巧。

3、精细管理，严格考核。为推动优秀县局建设，科室实行精细化管理，将工作任务目标细致分解到各条路线，确保卷烟销售任务全面完成；同时，对客户经理、网建人员、送货员等加大了监督考核的力度，严格内部控制，严禁拆包等违规现象的出现，有力地推动了营销业务健康开展。

1、部分地区，尤其是农村地区的零售小户，由于路途遥远，单人经营，时间受限，对电子结算业务的积极性不高。

2、鲁牌一二三类卷烟上柜率还有待于进一步提高，重点品牌烟的上柜率需要进一步提高。主要原因是部分销售点周围居民消费水平较低。

3、部分线路客户经理不能及时对零售客户的卷烟经营进行有效的指导，服务水平有待以进一步提高。

下半年销售形势依然严峻，要圆满完成目标任务还需要再接再厉，克服困难，努力做好以下工作。

1、紧紧抓住市局的战略部署和指示精神不放，严格贯彻执行市局对下半年及全年卷烟经营工作的安排部署，努力克服各种不利因素，稳步推进卷烟经营工作。

2、紧紧抓住打造品牌市场不放，加强宣传推介，加大鲁产一二三类和全国重点品牌的培育，提高品牌上柜率和动销率；转变工作方式，大力培育品牌、提升结构，提高经济运行质量。

3、紧紧抓住电子结算业务不放，加快农村零售客户结算账户的更换工作，力争以最短的时间实现电子结算工作达标。

4、紧紧抓住自身建设不放，强化内部管理与控制，加强教育培训，严格考核，严肃监管，认真落实各项制度，不断提高团队素质和科室管理水平，打造一支服务优良、作风正派的高素质高绩效营销队伍，认真做好优秀县局营销部基础工作。

**烟草营销工作总结报告篇五**

客户经理将月销量、结构、重点(培育)品牌、新品牌、压减品牌、促销品牌等计划合理分配给客户，对月计划不合理的客户在拜访中做好记录，月底统一调整。

客户经理合理确定拜访线路，制定《客户经理线路销售指标计划书》，指导客户合理确定库存、订单、明码标价、样品陈列等工作，做好零售指导价、行业政策和电子货币结算宣传工作。

在市场拜访中做到市场信息收集到位。准确，并认真记录市场信息收集本。有效的市场信息是公司经营决策和为零售客户导向的重要依据，收集市场信息成为客户经理的一项重要工作。由于不同区域内客户经营状况和品牌培育情况各不相同，而且在同一区域内不同客户之间也存在较大差异。因此，信息收集工作不能片面停留在表层，只有广泛的，深入的，全方位的了解，分析市场动态，才能获取真实有效的全面的信息，才能了解市场发展泾渭，了解市场的真实需求，为零售客户和企业经营导航，为企业决策指明方向。客户经理应根据当日的信息收集，工作记录本完成当日工作日志，月底依据信息收集，工作记录本完成本月工作总结及月度市场分析。

客户走访是客户经理的日常性工作。根据客户的类别标准，类别客户走访次数也有明显的规定，客户经理要为自己制定月走访计划，严密部署走访流程，力求面面俱到。而且遇有新品上市，行业政策转变等重要情况时，要善于变通，灵活转变日程，争取在第一时间内通知到户，使零售客户有获取信息的优先权。

由于零售客户的文化水平，经营素质参差不齐，对客户经理涵义的.理解各有深浅。那么采取何种方式，方法来自我介绍，自我推荐来加深零售客户的意识呢我觉得具备亲和力是首要的条件，由于目前较多的零售客户存在文化水平偏低，年龄偏大的现象，有板有眼的介绍方式显然不是良策，针对性地介绍外加亲和力才是打动客户的，加深印象的行之有效的方式。比如说:针对客户经营存在问题和需要服务时，或是为客户提供理财，出谋划策时来自我介绍，或许会起到事半功倍的作用。其次是经常性地自我介绍，在平常走访或电话通知时，每次先自我介绍，直至客户能熟记你的名字。只有这样，客户才会意识到自已遇到问题时应该找谁解决，才会明白客户经理所演绎的角色。

新品牌上市，如不能全方位的提醒到户，就会使部分客户错失商机，就会降低客户满意度。而且在日常经营中有个不能忽视的问题，那就是新品抢先上市有时也是抢夺客源的先机。因此，客户经理在新品牌上市时要宣传到位，做到家喻户晓。新品上市要制定宣传计划，要先了解新品的包装看点，口味特色，价位空间，消费层次，性价比等，再来全面的推荐给客户，有促销的要重点告知，进一步提高新品上柜率。

客户利润提升指导是客户经理工作的重中之重，但现行的客户利润提升指导工作流程对客户的指导存在很多的问题，我调阅了绝大部分客户经理的利润提升指导，大多是千篇一律，仿照金沙模式，且对客户的指导经营并不是很到位。为此我建议此项工作由原来的月度指导改为季度，半年。甚至年度指导，让客户经理有充足的时间为客户梳理出一个更为合理的利润提升指导规划。

客户经理的工作重心有了新的变化，对素质和能力的培养提出更高的要求。希望通过学习和各项技能培训，在工作中能不断地自我完善，自我提升，来不断满足客户日益增长的服务需求，从而提高客户满意度。

**烟草营销工作总结报告篇六**

本站发布烟草营销年终个人工作总结范文2024，更多烟草营销年终个人工作总结范文2024相关信息请访问本站工作总结频道。

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。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、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，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。

**烟草营销工作总结报告篇七**

转眼间，从xx年10月13日参加工作至今已一年多了。一年来，从学校到单位，从学生到员工，环境变了，思想也变了，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烟草有限公司xx营销部的信息员职务，主要负责卷烟营销方面的日常内勤工作，在工作中我曾得到各级领导的指导和帮助，在本职岗位上，较好地完成了各项工作任务。现将我一年的工作小结如下：

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、勤于思考的良好习惯，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。首先认真学习党的十八大、十九届三中全会会议精神，牢固树立解放思想、科学发展的思想观念，并主动撰写心得体会。二是在政治思想理论学习的同时，我十分注重学习业务理论知识，以达到尽快适应业务工作的需要。初任职务，我坚持每天叙写工作日志，每天记忆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讨论活动以及员工培训活动。xx年我单位先后组织解放思想大讨论活动、卷烟经营规范自律大讨论活动，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。

作为一名信息员，我深知手中笔虽小，责任重千斤。为了尽快地熟悉身边的人和事，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、文明礼貌、尊重老同志，多请教、多请示，团结同志，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路和方法。再次是亲近卷烟零售市场。科里的工作大都是碎杂的小事，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、农村中去，实地走访零售户，了解他们卷烟品牌上柜、明码标价等卷烟经营状况，这为我时常写稿件提供了素材。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：由于我们结账时间较晚，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回家。有时在周末时间，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、糖烟酒等报刊上的先进营销知识。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水平。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。

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情况、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。

**烟草营销工作总结报告篇八**

（一）经济效益和运行质量稳步提升

2024年，向系统外销售卷烟43115箱，同比增长2.3%；完成税利17929万元、利润14854万元，同比分别增长50%、48.8%；单箱毛利为3204元，同比上升16.3%，经济效益和运行质量在较高的平台上再次得到大幅提升，并再创历史新高。

1.“名优烟工程”建设效果显著。一是继续精心培育和呵护好省内重点品牌。去年，销售南京烟6952箱、同比增长30.6%，获毛利5562万元，占总毛利的32.2%，南京烟对整体效益的持续增长继续起到了龙头牵引作用。销售红杉树烟6174箱，同比增长22%，获毛利1524万元；一品梅烟5849箱，同比增长45.2%，获毛利1379万元；省内的三个重点品牌整体销量达18975箱，占系统外总销量44%，同比增长31.7%；共获毛利8465万元，占总毛利的49%，可见，省内三个重点品牌仍然是整体经济效益持续、快速增长的主导力量；二是对“苏烟”继续进行培育和科学投放，稳步提升高档卷烟的市场份额。去年共销售“苏烟”1175箱，获毛利2509万元，实现了单牌号卷烟效益的裂变式发展。在××卷烟市场趋于饱和、卷烟销量增长较难的情况下，“苏烟”效益的大幅提高，对整体经济效益的增长起到了决定性作用。三是省外的全国名优烟培育得到重视和加强。全国36个重点牌号有21个在我市销售，销量和效益实现了同步发展。

2.卷烟调控管理成效明显。首先，我们严格按照“市场第一，效益优先”的原则，充分利用省内烟市场资源优势和中高档卷烟对经济效益贡献率较大的特点，继续把税利增长的着力点放在省内中高档卷烟的销售上，着力提高经济效益；其次，我们依据市场需求也把有较好销路和较高效益的省外中、低档烟经营好，充分利用好省外烟计划这一有限资源，并针对低档烟货源偏紧的问题，继续积极与省内外烟厂联系协调，及时购进有效低档烟货源，满足市场需求，始终保持市场占有率的.最大化。再次，我们坚持以市场需求为导向，坚决不进“人情烟”、“关系烟”，提高了销售卷烟的集中度，确保了卷烟市场的稳定与经济效益的提高。去年，系统外销售省内烟29187箱、省外烟13928箱，分别占销售总量的67.7%、32.3%，省内烟和省外烟的销售保持在约为7:3的比例上，基本满足了××市场的实际需求。

（二）网络调控功能明显增强

去年，为进一步增强网络功能，我们主要抓了以下几项工作：一是进一步优化整合了网点机构设置和城乡访送线路。我们根据“电话订货、网上配货、电子结算、现代物流”这一新的现代营销模式的要求，在充分摸底调研、反复论证和广泛征求意见的基础上，将公司原有的8个客户服务部撤并成目前的5个客户服务部，将原有的26条城乡访送线路整合为18条，既节省了人力、财力、物力，又使网点设置和访送线路更加科学、合理、高效、流畅。二是加大培训力度，并通过优胜劣汰实现了减员增效。为提高网络人员的业务素质和服务水平，使网络员工尽快适应网建现代化的要求，达到“队伍优化”、“降低成本”和“提升网络运行质量”的目标，去年我们先后组织网络人员分岗培训8次，参加人数达150余人次，举办各类以会代训会议8次，参加人数达250余人次，并对全部网络人员从年龄、工作业绩、文化程度等多方面进行了综合考察，通过整合和优胜劣汰的方式裁减了冗员34名，从而进一步精简优化了网络队伍，使网络聘用人员的整体素质得到进一步提升。三是加大检查力度，进一步规范、完善考核机制。随着网络整合的到位，我们进一步补充、完善了各项规章制度，并专门成立了网建检查组，加大了日常检查考核的力度，同时继续坚持和强化月末考核制度，严格奖惩兑现，通过强化考核来促进各项规章制度的落实到位，着力用制度保障网络运行质量的逐步提升。全年电话订货率达100%，电子结算率达91%。

（三）卷烟市场秩序更加规范

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn