

Research on the Path of Upgrading and Improving the Quality of Cigarette Retail Terminal System

Jianhan Liang

China Tobacco Fujian Industrial Co., Ltd., Xiamen, Fujian, 361021, China

Abstract

With the continuous development of social economy and the improvement of people's living standards, the competition of cigarette retail industry in the market is becoming more and more fierce. With the advent of the digital era, in order to adapt to the new needs of the new era, the quality upgrading of cigarette retail terminal system has become the focus of current research. Through the thorough analysis of the present situation of cigarette retail terminal system, put forward the cigarette retail terminal system quality upgrade path, for cigarette retail enterprises to provide scientific and reasonable decision basis, promote cigarette retail terminal system toward the direction of more modern, intelligent, convenient, in order to better adapt to the market changes, meet the consumer demand, realize the goal of sustainable development of industry.

Keywords

cigarette; retail terminal system; quality upgrading

卷烟零售终端体系提质升级路径研究

梁剑寒

福建中烟工业有限责任公司, 中国·福建 厦门 361021

摘要

随着社会经济的不断发展和人民生活水平的提高, 卷烟零售行业在市场中的竞争愈发激烈。随着数字化时代的到来, 为了适应新时代的新需求, 卷烟零售终端体系提质升级成为当前研究的焦点。论文通过对卷烟零售终端体系的现状进行深入分析, 提出了卷烟零售终端体系提质升级的路径, 为卷烟零售企业提供科学合理的决策依据, 推动卷烟零售终端体系向着更加现代、智能、便捷的方向发展, 以更好地适应市场变化, 满足消费者需求, 实现行业可持续发展的目标。

关键词

卷烟; 零售终端体系; 提质升级

1 引言

卷烟零售终端作为卷烟供应链的末端, 直接关系到消费者的购烟体验和品牌形象的传播。为适应市场变革、满足消费者多样化的需求, 卷烟零售终端体系提质升级成为业内关注的热点话题。论文通过对卷烟零售终端体系现状的深入研究, 揭示其存在的问题与不足, 进而探讨有效的提质升级路径, 旨在为烟草行业的可持续发展提供战略性的指导。

2 卷烟零售终端体系现状分析

2.1 商品陈列情况

当前, 卷烟零售终端所采用的商品陈列方式面临一系列显著问题, 其中之一便是陈列布局的不合理性。在一些零售终端中, 商品陈列可能出现过度拥挤的情况, 由此引发了

顾客在浏览和选择商品时的困扰, 从而直接影响了他们的购物体验。这种不合理的陈列布局不仅对顾客的便利性构成挑战, 同时也为购物过程引入了繁琐和混乱的因素, 阻碍了顾客对卷烟产品的有效选择。卷烟商品陈列另一个突出的问题是单一性和创新性不足, 这使得卷烟产品在终端陈列中难以突显其特色和卖点。商品的陈列方式过度集中或过于相似, 对顾客来说不仅缺乏吸引力, 也使得顾客难以快速地识别和区分不同品牌, 降低了卷烟品牌的辨识度。这不仅会威胁到卷烟产品的品牌形象, 也限制了顾客对于品牌多样性的感知, 降低了他们的购买动机。此外, 卷烟商品的明码标价落实不够到位。在烟草直营店、连锁店等规模较大的零售终端, 卷烟商品基本都是一包一码, 明码标价, 顾客购买时很少对价格产生怀疑。而一些中小规模的零售终端, 则经常存在商品价签不全或存在手写价格等不规范做法, 尤其是一些新品上市初期若没有明码标价, 顾客极易产生上当或买贵的心理, 从而降低购买意愿。

【作者简介】梁剑寒(1989-), 男, 中国福建莆田人, 硕士, 经济师, 从事卷烟市场分析研究。

2.2 服务质量评估

在卷烟零售终端，客户服务被认为是直接影响顾客满意度和忠诚度的至关重要的因素。然而，可观察到一些终端存在着服务质量不高的问题，这些问题主要表现在对顾客需求反应不及时以及服务态度不够亲切等方面。一方面，对顾客需求反应不及时可能是由于终端缺乏高效的服务管理系统或员工培训不足导致的。顾客在购物过程中可能需要咨询、寻求帮助或提出特殊需求，如果终端无法迅速响应，将直接影响顾客的购物体验，甚至可能导致购物意愿的下降。另一方面，服务态度不够亲切则可能源于员工的服务意识不足或沟通技巧不佳。在零售行业，良好的服务体验不仅仅取决于问题是否得到解决，更关键的是服务过程中的友好、耐心和专业。如果服务人员的态度不够亲切，顾客可能感到被冷落或不受尊重，从而影响他们对终端的整体感受。这些服务质量的问题不仅仅会在短期内影响顾客的购物满意度，更可能导致顾客流失，并对卷烟零售终端的品牌声誉产生长远的负面影响。在竞争激烈的零售市场中，良好的客户服务是吸引和保留顾客的关键。因此，提高服务质量，建立积极的顾客关系管理，对于维护和增强品牌竞争力极其重要。

2.3 信息化建设水平

在当今数字化时代，信息化建设水平的高低对于零售行业的可持续发展作用显著。然而，值得注意的是，一些卷烟零售终端的信息化程度相对较低，存在一系列问题，包括手工记录和数据不准确等方面。首先，一些终端可能依然采用传统的手工记录方式，这种方式容易导致数据录入的耗时和错误。手工记录不仅效率低下，而且容易出现人为失误，从而降低了数据的准确性和可靠性。这种管理方式显然已经无法满足当今信息处理和分析的需求，阻碍了零售终端对于业务的迅速反应。其次，数据的不准确性可能导致经营管理的困难。准确的数据是制定战略决策、进行市场分析的基础^[1]。如果卷烟零售终端的信息化程度不足，数据质量难以保障，管理者将难以准确把握市场趋势、库存状况以及顾客偏好，影响终端所有者的经营决策和烟草公司的投放策略制定。最后，低信息化水平还限制了对市场和顾客需求的深入理解。

3 卷烟零售终端体系提质升级路径

3.1 商品陈列优化

3.1.1 引入现代化的陈列理念

为了解决卷烟零售终端体系中存在的陈列问题，迫切需要引入现代化陈列布局理念。这不仅包括科学的陈列规划，更需要合理利用空间，使卷烟商品陈列更加直观和易于浏览。借鉴其他零售行业在陈列方面的成功经验，可以探索采用更具吸引力和创新性的展示方式，以确保卷烟产品在陈列中脱颖而出。通过引入现代化陈列理念，零售终端可以通过艺术性的陈列布局，突显卷烟产品特色，使得顾客在购烟过程中能够更加轻松地发现和选择心仪的产品。这种方式不仅能够提高顾客的购物体验，也有助于提升卷烟产品的品牌

形象，加强顾客对卷烟品牌的认知度和忠诚度。

3.1.2 提高陈列的美观性和实用性

为了进一步提升顾客购物体验，卷烟零售终端需要注重提高陈列的美观性和实用性。通过精心设计的陈列布局，使卷烟商品更具吸引力，激发顾客购买欲望。美观的陈列不仅是产品陈列的外在表现，更是一种对品牌形象的积极宣传。同时，实用性也是陈列优化中不可忽视的因素。考虑商品的易取性，确保陈列方式不仅美观而且实用，顾客能够更加便捷地完成购物。合理的空间利用和产品陈列，使得顾客在零售终端流畅自如地选购产品，从而提高卷烟购买的效率和愉悦感。通过在商品陈列上注入现代化理念，零售终端将能够为顾客创造更加吸引人的购物环境，提高购物的便利性和乐趣感，从而在激烈的市场竞争中取得竞争优势。这也有助于卷烟零售终端在消费者心中建立积极的品牌形象，促使其更加愿意选择该终端进行购物。

3.2 服务水平提升

3.2.1 加强对员工的专业培训

服务水平的提升在很大程度上依赖于员工的专业素养和服务意识的培养。为此，卷烟零售终端迫切需要建立定期的员工培训机制，涵盖卷烟产品知识、沟通技巧、问题解决能力等方面的培训内容。通过系统的培训，员工将更全面地了解卷烟产品的特性、品牌故事，以及与顾客互动的最佳实践方式。这种培训不仅能够使员工具备卷烟领域的专业知识，更有助于提升他们的服务意识。培训应强调积极主动的服务态度，鼓励员工主动解决顾客问题，确保每一位顾客都能够感受到热情周到的服务。通过这样的培训，零售终端的员工将更具备为顾客提供高水平服务的能力，从而全面提升整体服务水平。

3.2.2 提高服务水平吸引顾客

卓越的服务是吸引顾客的关键。除了员工培训，卷烟零售终端还应该通过其他手段来加强顾客关系管理，从而提高服务水平。其一，建立会员制度是提高服务水平的有效手段。通过会员制度，零售终端可以更深入地了解顾客的购物习惯和偏好，为其提供更个性化的服务^[2]。会员专属的优惠活动和定制服务能够激发顾客的忠诚度，使其更倾向于选择该零售终端。其二，借助先进的客户服务技术也是提升服务水平的重要途径。智能导购系统、在线客服等工具可以为顾客提供更加个性化和便捷的购物体验。通过这些技术手段，顾客可以更方便地获取卷烟产品信息和解决问题，从而提高其对零售终端的满意度。通过加强员工培训，提供多元化的服务手段，卷烟零售终端将能够建立起更为亲和、专业的服务形象。这不仅有助于吸引更多的顾客，还能够提高顾客的忠诚度，为零售终端带来持续的业务增长。

3.3 信息化升级

3.3.1 采用先进的信息技术手段

为了应对信息化时代的挑战，卷烟零售终端迫切需要

引入先进的信息技术，涵盖物联网、大数据分析和人工智能等多个领域。通过充分利用这些技术，卷烟零售商可以实现对销售数据、库存状况等关键信息的实时监控，从而提高决策的准确性和效率。信息化升级的一个核心目标是通过数字化手段实现销售数据的实时监控和深度分析。通过建立先进的数字销售数据平台，零售商可以更精准地了解产品的热销情况、顾客的购物行为以及市场反馈等重要信息。这样的实时监控不仅能够为零售商提供及时的销售反馈，也为烟草公司管理人员提供了科学的依据，帮助其更加迅速而准确地做出投放决策。

3.3.2 加强销售数据的分析应用

通过先进的大数据分析技术，深入挖掘销售数据中的潜在趋势和规律，可以为零售商提供更深入的市场洞察。通过对数据的监测分析，零售商可以即时调整库存，合理安排促销活动，提高产品的流通效率。此外，通过对顾客购烟行为的分析，零售商还能更好地了解顾客需求，优化产品结构，提高客户满意度^[3]。总体而言，先进信息技术的引入为卷烟零售终端管理提升提供了武器，而积极主动地应用技术分析数据则可以为零售商和烟草企业在市场竞争中赢得先机，为未来的可持续发展奠定坚实基础。通过数字化、智能化的手段，卷烟零售终端将能够更灵活、更迅速地适应市场的变化，提高经营水平和竞争力。

4 研究方法

4.1 调查和采访

4.1.1 实地调查

实地调查是研究的第一步，通过对卷烟零售终端的实地走访，全面了解不同零售终端的运营状况、商品陈列方式、服务水平等关键信息，包括零售终端的布局结构、陈列风格、员工服务行为等方面的观察。通过实地调查，可以直观地把握零售终端的经营现状，发现存在的问题和挑战。

4.1.2 深入访谈

与零售商和顾客的深入访谈是获取定性数据和深层次信息的关键环节。与零售商的访谈要聚焦于了解其对卷烟零售的看法、现有体系中的问题和改进的期望。同时，与顾客的访谈则要关注他们对于商品陈列、服务水平的感受和期望。通过这些访谈，研究者可以收集到丰富的实证数据，深入挖掘问题的根本原因，并获取参与者的真实反馈。

4.2 数据分析

4.2.1 对调查数据进行统计和分析

通过对实地调查和访谈收集到的大量数据进行统计和

分析，可以得到关键的数量性信息，包括销售数据、服务满意度调查结果、员工培训反馈等。统计和分析这些数据将为研究提供客观、量化的指标，用以评估目前体系的效能，并为提升路径的制定提供依据^[4]。

4.2.2 利用统计软件和大数据工具挖掘潜在规律

在数据分析的过程中，将采用先进的统计软件和大数据工具，以深度挖掘潜在规律。通过大数据分析，可以发现隐藏在海量数据背后的模式和趋势，为提质升级路径的设计提供更为科学和系统的支持。这包括利用数据挖掘技术来识别购烟行为模式、推断顾客偏好等。

4.3 对研究问题的深层次讨论

深入讨论卷烟零售终端的商品陈列优化，我们需要考虑未来的发展方向。通过引入现代化陈列理念，零售终端成功改善了顾客的购烟体验，但随着市场竞争的不断加剧，持续创新仍然是关键。未来，可以进一步探索虚拟现实（VR）和增强现实（AR）等技术的应用，为顾客提供更具沉浸感的购烟体验。对服务水平提升的深层次讨论应关注服务的可持续性和个性化。员工培训的重要性在于确保服务水平的长期提升，因此培训机制需要不断更新和优化。随着零售终端信息化水平的提升，涉及大量顾客数据的收集和处理，数据隐私保护尤为关键。零售商需要加强数据安全措施，确保顾客的个人敏感信息得到妥善保护，从而建立起顾客对零售终端的信任。

5 结语

综上所述，在未来的研究中，建议进一步关注技术的创新应用、顾客体验的个性化定制以及可持续发展战略的制定。同时，更加深入地研究卷烟顾客需求的变化和社会消费趋势的演变，以更好地引领卷烟零售终端体系的发展。卷烟零售终端体系提质升级的研究是一个复杂而富有挑战性的任务，但通过不懈的努力和创新，相信零售终端将迎来更加光明的未来。

参考文献

- [1] 李珏,于宁波,卢钊.提升卷烟零售客户价值方法路径的探索研究[J].现代经济信息,2021(14):149-150.
- [2] 林志慧.现代卷烟零售终端建设质量评价体系研究[J].环球市场,2019(29):170.
- [3] 杨云,王亚楠,邵向前.农村零售终端建设策略研究[J].商业2.0(经济管理),2021(18):1.
- [4] 聂丽,付怀远.复合型卷烟零售终端的构建路径研究[J].经济与社会发展研究,2019(2):1.