为了准确掌握社会库存，把握市场动态，了解市场真实需求，收集客户对市局卷烟投放的意见和提议，从而更好地培育全国性卷烟重点骨干品牌;同时总结今年“两节”期间县卷烟销售市场存在的利与弊，为今后的工作积累经验，从而优化卷烟销售市场，提高卷烟的销售水平，以及客户的盈利水平。山西偏关县营销部按照市局的要求，对辖区范围内各零售户的卷烟结构、品牌、库存等展开了调查。

一、卷烟销售分析

1、2月份偏关县共销售1027、792箱，与去年同期相比增长10、15%，其中一、二类烟增长幅度，分别销售78、644箱和5、752箱，同比增长60、18%和358%。三、四类烟的销量，占1、2月份总销量的近73、4%，分别为213、976箱和540、156箱，同比增加15、82%和12、55%。仅有五类烟与去年同期相比有所下降，销售189、264箱，同比下降13、22%。而条均价从去年的54、28元条增加到62、82元条，增加了15、73%。这一可喜的成果无论从销量还是从条均价来讲都为刚刚来临的2010年取得了开门红。

对偏关县所有零售客户社会库存的调查显示，2月底社会库存共计80、53箱，其中库存主要集中在四类烟，共46、35箱，占总库存量的57、56%。一、二类烟库存较少，分别为5、54箱和0、26箱，占总库存的6、8%和0、32%。三类烟库存15、25箱，占18、94%。五类烟13、13箱，占16、30%。户均条数为57、36条。而从各业态库存条数来看，由于偏关县主要以食杂店为主，所以食杂店库存占了社会库存的绝大多数，库存量为71、99箱，占总库存的89、40%，其他业态的零售户库存量从大到小依次为烟酒店、其它、超市、便利店、娱乐服务、商场。

从调查结果看，在1、2月份偏关县实现了2010年的开门红，总销量从2009年的933、108箱增加到1027、792箱。从销售卷烟的结构看，主要集中在三、四类烟，与去年同期相比，一、二类烟呈现出较大涨幅，三、四类烟也都增加了10%以上。仅有五类烟出现了下降，降低13、22%。出现这一结果有两方面的原因：

1、随着我国经济的不断增长，人民的生活水平也渐渐改善了，消费者对卷烟的需求档次也逐渐提高了，所以，呈现出一、二类烟大幅增加，三、四类烟增加10%以上，仅有五类烟销量下降的现象。

2、为了培育全国性卷烟重点骨干品牌，市局对各个品牌卷烟的投放量的差异，同样也造成了上述现象的产生。

从社会库存看，偏关县社会库存主要集中在三、四类烟上，占了总库存的75%以上，造成这一结果的主要原因是客户对消费者对卷烟的需求档次了解不够。在“两节”期间，消费者与往年相比对卷烟的消费档次有了很大的提高，对于年轻消费者，大多数选择“芙蓉王”、“云烟(福)”、“云烟(紫)”作为节日用烟，而那些烟龄较大，以前消费四类烟的消费者也在节日期间提高了档次，所以造成了上述现象。

社会库存较大的五个品牌分别是“芙蓉王”、“云烟”、“红旗渠”、“红金龙”、“庐山”。其原因主要是平时这五个品牌的卷烟都是市场上畅销的品牌，而又加上正逢“两节”期间，客户对这几类卷烟的需求预测太大，造成了很多库存的产生。而库存的业态客户主要是食杂店，这主要是由于偏关县业态类型主要以食杂店为主。从销售数据能够看出:辖区老营、水泉一带的客户卷烟销售波动明显，客户由原先的中、小型客户大都数变成了大、中型客户。波幅明显，卷烟购进明显加大。

二、客户满意度调查

经过调查，客户对烟草公司的服务大都很满意，主要包括货源供应满意度、对“四员”服务满意度、投诉处理结果满意度及客户盈利情景。

根据市局要求，客户经理每月对辖区客户进行满意度调查，辖区零售户满意度综合评价为98、41%。其中客户感到最满意的是偏远客户送货服务周到，送货人员能及时把货源送到客户手中;感到最不满意的是部分偏远农村客户对电子结算不满意。

三、当前销售工作中存在的问题和提议

笔者认为，当前工作中，销量完成和培育品牌均有必须程度的差距。究其原因，主要是外出打工人数日渐增多和节前的需求两旺市场造成节后的惨淡经营。

应对这些现状，我们应借助“品牌效应”，加大对品牌的宣传力度，提高品牌知名度，让消费者进一步了解品牌的优点和亮点。

结合本辖区情景，笔者认为应当对本地政府拉动内需所采取的措施(如修建高速路、改造机场以及拟投资开工的大型工程项目等)和行业政策导向对销售卷烟的影响，并根据有关情景对今后的销售前景做出预测与分析