

基于招投标的

B2B 市场分析与需求挖掘

(招投标前期的营销策略)

中国教育电视台、搜狐职场一言堂 主讲人

中标赢利模式研究课题 主持人 陈伟

课程成就：

搜狐网拍摄为中国首个专题视频节目《中标必过 81 道关》；

中国移动集团选择为集团客户投标营销多轮复训；

中国人保健康集团作为全系统推广应用课程；

为中核集团、中国邮政集团、中国北车集团、中国联通集团、中国航天集团、中外运长航集团、中海油集团等顶级企业首选品牌课程。

培训成果：

陈伟老师培训的最大特点是将现场培训成果固化，培训结束后形成客户在投标时可长期使用的管理制度和投标工具，一次培训，长期受益。

- 1、 集团 B2B 市场 10 大重点行业划分
- 2、 集团客户关系 5 种突破方法
- 3、 集团 B2B 营销人员行动计划

课程背景：

众多企业正在实现从 **B2C** 向 **B2B** 的全面转型，对从事 B2B（即项目、产品营销）的企业来说，营销的核心就是招投标，但前期是要认识 B2B 市场的特点，找准自己的销售目标，挖掘客户需求，推进客户关系，才能成为不断中标的商界大赢家。

听课对象：

公司营销团队及市场、品牌、商务相关人员。

培训时间：二天（每天六小时）

培训方式：

充分体现实战实用实效的原则，老师主讲与学员配合互动相结合。具体方式包括：

1、 分组 PK；2、 小组讨论；3、 现场问答；4、 案例分析；5、 摹拟演练等。

课程大纲

模块	授课要点	方式	时间 /小时
第壹章 B2B 的 市场在哪 里？	壹、 从 B2C 到 B2B，先转思路再转方式 贰、 B2B 市场特点把握 参、 市场重点与方向分析 1. 政府十大重点 政府服务中心 公安 民政 劳动人事 教育 城建 交通 工商 税务 卫生 广电 2. 企业十大重点 电信 移动 联通 邮政 银行系统 3. 其它重点 洗车 4S 店连锁 酒店连锁 小区智能 四、 怎样找到客户？ 电话拜访 主动上门 网络查找 会议推介 朋友介绍 招标发布 伍、 投标项目级别划分与评估标准 一级：确保级 二级：靠谱级 三级：一般级 六、 优质招标信息判断标准： 1. 是否与公司的主营业务和产品相符合？ 2. 信息来源是否是项目主导部门？	现场作业： 就重点行业就行排序并说明理由。	第一 天 上午 午

	<p>3. 是否有明确的时间节点？</p> <p>4. 是否对投标公司规模实力有限制？</p>		
<p>第二章</p> <p>渠道拓展</p> <p>与客户需求挖掘</p>	<p>壹、 渠道拓展的三种重要手段</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 重点项目、区域突破向上延伸 2. 从上到下渠道占领 3. 参加行业会展活动 4. 参加行业专题会议 <p>贰、 客户需求如何确定？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目需求的确定过程 2. 外部公司介入的可能 3. 外部公司介入的方式 <p>参、 本公司如何控制客户需求？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 关系到位 2. 技术依赖 3. 先入为主 4. 突显优势 	<p>真实案例分析：</p> <p>质检总局行业全系统拓展介绍。</p>	<p>第一天下午</p>
<p>第三章</p> <p>大客户内部关系揭秘</p>	<p>壹、 客户内部关系分析图</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 三层两线网络 2. 网络中的点与面 <p>贰、 政府客户关系特点</p> <p>参、 企业客户关系特点</p> <p>四、 把握客户不同层级的心态</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、 决策层的心态 2、 管理层的心态 3、 执行层的心态 	<p>案例分析答疑：</p> <p>学员就实际案例提出进行答疑</p>	<p>第二天上午</p>
<p>第四章</p> <p>从接触到</p>	<p>一、 密切客户关系的方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 实力呈现 2. 需求满足 3. 感情联络 	<p>演练：现场归纳客户三层次</p>	<p>第二天上午</p>

<p>搞定：客 户关系突 破心法</p>	<p>4. 利益诱惑 5. 人格尊重</p> <p>二、三层级突破方法</p> <p>1. 决策层的突破方法 2. 管理层的突破方法 3. 执行层的突破方法</p> <p>三、客户关系不到位的补救措施</p> <p>1. 接触不到决策层怎么办？ 2. 只有一条线认可怎么办？ 3. 不能控制招标文件怎么办？ 4. 对手信息不掌握怎么办？</p>	<p>的心 态 类型</p> <p>本 章 现 场 成 果：</p> <p>1、某某 受 训 企 业 客 户 关 系 突 破 方 法 汇 编</p>	<p>下午</p>
<p>第五章 重点渠道 B2B 项 目运作的 游戏规则</p>	<p>一、 政府采购如何进行项目运作？</p> <p>1.政府招投标管理特点 2.政府采购中心的设置与管理</p> <p>式、 通讯运营商及其它国企采购如何进行项目运作？</p> <p>1.内设招标采购部（进出口部） 2.招标代理公司</p> <p>参、 酒店、4S店等连锁业项目运作特点</p> <p>四、 其它民企外企如何进行项目运作？</p> <p>1. 自主招标 2. 竞价谈判 3. 长期合作</p>	<p>案例讨 论：分别 就一个招 标公司招 标项目和 一个采购 中心招标 项目说明 差异，讲 述自己的 理解。</p>	<p>第 二 天 下 午</p>
<p>专题讨论</p>	<p>1、就运作中的现实案例进行集体讨论 2、回答学员提问答疑</p>		<p>待定</p>
<p>第六章 如何将培</p>	<p>一.每个学员用两句话概括本次培训的收获，由小组汇总。 二.每个学员现场制订 531 课后行动计划，包括：</p>	<p>一．评选 本次培训 最优学员 二．评选</p>	<p>第 二 天 下</p>

训成果转 化为行 动？	1、本次学习五个方面的主要收获； 2、近期要做到的三项改进措施； 3、列出立刻采取行动的首要突破口。	本次实战 训练中标 小组。 三．颁 奖。	午 1 小 时
----------------------------	---	----------------------------------	------------------------

附：培训前的相关准备

1.做一个条幅，内容：

TCL 集团公司《B2B 市场拓展与大客户关系突破》实战培训班

2、投影仪、音响及麦克

3、每位学员的水牌

4、可粘贴的小笑脸或五角星（不少于 200 个）

5、白板和白板笔

6、带粘胶的小方纸，大白纸

7、按 6-8 人组的方式排好八字型座位（鱼脊型）

8、作奖品用的小礼品和证书