

集团客户招投标营销十大中标策略

课程大纲

中国教育电视台、国开大讲堂、搜狐职场一言堂 专题主讲人 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，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。

以中标为导向的三维商业战略思维

掌握招投标法律法规的 12 大要点

投标必中的 10 种重要方法

课程背景：

对从事项目、产品的企业来说，营销的核心就是招投标，招投标商业模式已成为中国经济运行的最重要的模式。从事大客户团购营销的企业，管理者就必须学习招投标知识，以招投标作为管理的核心理念和制度导向，还要掌握投标致胜的谋略和方法，才能在招投标时代立于不败之地。

课程目标：

掌握招投标商业模式的精髓和理念，以及流程、方法和中标智慧，以快速提升中标率，使公司获得倍增业绩！

听课对象：

公司决策层、管理层营销团队主管。

培训时间：二天 (12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

第一章 建立以中标为目标的企业商业思维

壹、 决策层有关中标的思维

- 1、 以中标为导向构建公司的管理理念
- 2、 以中标为导向建立公司的管理制度
- 3、 以中标为导向确立公司的文化氛围

贰、 技术团队有关中标的理念

- 1、 以客户需求为导向的开发理念
- 2、 以客户增值为标志的技术成果

参、 服务团队有关中标的理念

- 1、 服务好招标标工作就是服务客户
- 2、 市场需要做大，一线最重要

案例分析：华为公司在机制上如何向一线倾斜

现场成果：[某某集团以中标为导向管理理念汇总](#)

第二章 重建以中标为导向的营销岗位职能

壹、 行业招标信息掌握与动态分析

贰、 投标级别划分与评估标准

一级：确保级

二级：靠谱级

三级：一般级

参、 投标团队组建及资源调配

角色分工：

投标经理、客户经理、招标经理、标书撰写、商务经理、财务经理

四、 投标过程项目监控

伍、 季、年投标结果评估分析

本章现场成果：**某某集团营销投标人员职责明细**

第三章 掌握招标采购的游戏规则

一、 政府采购与企业采购

1、 《政府采购法》与政府招投标管理

2、 政府采购中心的设置与管理

一、 国企采购与民企采购

政采国企与民企的招标对比列表

政采国企的特点：

民企外企的特点：

二、 招投公司与招标部

1、 招标公司特征

2、 采购招标部

三、 中央招标与地方招标

四、 招投标软件系统评标与人工评标

五、 掌握特定项目的招标方法

公开招标、邀请招标、指定招标

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，小组进行评议。**

第四章 制订科学的报价策略

- 壹、 优势行业的报价策略
- 贰、 新进入行业的报价策略
- 参、 待突破行业的报价策略
- 四、 重点大客户的报价策略
- 伍、 一般散户的报价策略

案例分析：根据本公司实际情况就不同行业的报价策略提出自己的建议，并进行小组讨论、归纳总结。

现场成果：某某集团公司投标报价策略详细列表

第五章 中标必胜的十大策略

- 一、 综合实力中标法
- 二、 优势行业中标法
- 三、 新进行业中标法
- 四、 价格把控中标法
- 五、 客户关系中标法
- 六、 巧用规则中标法
- 七、 以小搏大中标法
- 八、 独特亮点中标法
- 九、 完美细节中标法
- 十、 反败为胜中标法

(注，此章根据客户需要进行选择)

第六章 培训总结与行动计划

- 一.每个学员用两句话概括本次培训的收获，由小组汇总
- 二.每个学员现场制订课后行动计划，包括：
 - 1、结合实战培训的所得拟定公司投标工作改进计划；
 - 2、列出要求下属一个月内做到的突破要点。
- 三．评选本次培训最优学员
- 四．评选本次实战训练中标小组。

五．颁奖。

附：培训前的相关准备

- 1、做一个条幅，内容：某某公司《中标才是硬道理》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 100 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