

# 招投标时代营销模式创新与突破

## 课程大纲

中国教育电视台、国开大讲堂、搜狐职场一言堂

主讲人 陈伟

### 课程背景：

中国集团客户营销已正式进入到招投标时代！在这个全新的营销时代，传统的营销方式行不通了，老思路玩不转了。如何赢在招投标，决胜招投标？必须要有创新的思维模式和准确的突破口。陈伟老师多年研究实践的“2014中国十佳前沿课程”--《招投标赢利模式》是这一领域的最新最具实战效应最权威的精品课程。

### 课程目标：

掌握招投标营销的创新思维、方法和突破口，以快速提升企业的中标率，获得倍增业绩！

### 听课对象：

公司营销总监、市场、营销团队及相关人员。

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 寻标：营销主体的创新与突破

- 一、营销主体的重新确立
- 二、项目信息获取渠道创新

1. 招标发布
2. 主动上门
3. 网络查找
4. 会议推介
5. 朋友介绍

#### 参、 营销信息价值判断创新

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？
3. 是否有明确的招标时间节点？
4. 是否对投标公司规模实力有限制？

讨论：结合自己项目营销经历说明如何理解上述标准。

## 第二章 客户关系的创新与突破

### 一、客户关系全新结构创新

孙子兵法说：知己知彼，百战不殆。

- 1、全新规划客户关系结构图
- 2、寻找新客户关系突破口

核心：关键岗位关键人

### 二、 三层次客户心态与突破

- 1、 高层决策人的心态
- 2、 中层管理者的心态
- 3、 基层操作人员心态

### 四、客户沟通内容和方式创新

1. 方案讲解方式的突破
2. 产品演示方式的突破
3. 客户考察方式的突破

现场成果：**客户关系突破方法汇编**

## 第三章 把控标书的创新与突破

### 一、以招标文件为营销核心的思维方式

- 1、招标文件的构成板块
  - 2、 如何“埋雷”与“挖雷”
  - 3、招标文件如何设置门槛
- 式、 如何发现招标文件的倾向性
- 参、评分标准的三控要点

案例讨论：针对一份招投文件从六大构成进行分析解读。并讲述自己的理解，小组进行评议。

## 第四章 开标过程的创新与突破

- 一、开标的流程与突破
- 二、全新创造：防止废标注意事项
  - 1、拒收的多种情况
  - 2、废标的多种情况

现场归纳出至少 20 条以上。

## 第五章 投标文件编制的创新与突破

- 一、标书制作的创新
  - 完善编制机构和标准
- 二、投标文件编制要点
- 三、如何体现公司的独特优势亮点
- 四、投标书编写注意事项

案例分析：就一份内部投标文件进行讨论，列出其优点和缺点，并分析丢单的主要原因，小组进行归纳总结评议。

现场成果：某某集团公司投标优势详细列表

## 第六章 现场讲标答疑的创新与突破

- 一、掌握好三态
  - 心态、神态、表态：心态放平、神态自若、表态坚决
- 二、讲标五忌

情景演练：现场摹拟一个开标场景，由小组代表讲标，大家评议。

## 第七章 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、结合实战培训内容现场拟定投标管理工作改进计划；
  - 2、列出两个月内要做到的五项改进措施；
  - 3、列出一个月内的首要突破点。
- 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 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