

母以子贵—从弃标到中标

课程背景：

人们总会为了达成某一目标而进行不懈的努力。有时候付出有回报，有时候付出没有回报。在我们追求的过程中是否我们也应该思考这种付出值得吗？有没有更好的方法和捷径呢？

对于广大投标人而言，中标无疑是我们所追求的最终目标。当我们历经千辛万苦终于拿到中标通知书的那一刻，投标过程中所遭受的种种刁难似乎都可以抛在脑后。但我们有没有深入的思考过，中标是我们追求的最终目标吗？如果投标 100 次，只中 1 次，我们是一个优秀的投标人吗？答案是显而易见的，中标只是一个结果，中标率才是所由投标人追求的最终目标。

本课程从中标率=中标项目数/所有投标项目数，这一最简单的公式入手，从产品、招标人、竞争对手、自身战略四个维度分析指导投标，降低分母。从剖析招标文件核心逻辑结构引导出核心控标因素。从 4Pei 模型、标书编制技巧、异议投诉解析、招标机构接洽四方面提升中标能力。降低分母、提升分子，最终提高中标率。

课程收益：

- 从产品、招标人、竞争对手、自身战略四个维度理解如何投标
- 掌握招标文件中的内在和核心逻辑，学会影响招标文件编制的路径和方法
- 深刻理解中标和中标率的区别，走出盲目投标的误区
- 掌握和模拟投标技巧，提升中标率

课程时间：2 天，6 小时/天

课程对象：具有一定招投标基础的投标人代表（项目经理、部门经理、商务经理等）

课程方式：游戏导入，案例分享，角色扮演，示范演练，小组讨论，视频教学，头脑风暴

培训规则：系列培训以“游戏+视频+案例+理论+实操+演练”的方式开展，确保从学到习

课程大纲

导入：四个问题、分组组建（分组组建中会融入投标环节元素）

第一讲：母以子贵-中标和中标率

一、中标和中标率

1. 两者的关联区别

- 1) 关联
- 2) 区别

2. 中标率公式

- 1) 公式本身
- 2) 公式延展

3. 效率优先

二、如何提高中标率

1. 降低分母

- 1) “耍流氓”的投标
- 2) 陪标
- 3) 招标人要求

2. 提高分子

实战练习：计算小超市

第二讲：降低分母-四个维度谈弃标

一、产品角度谈弃标

1. 目标客户群

1) 行业

2) 档次

2. 招标文件中的技术规格书要求

案例：招标文件技术规格中的那些梗

二、业主角度谈弃标

1. 业主自身角度

1) 是否优质

案例：“信用中国”中的地方政府信用等级

2) 规模大小

3) 趋势和潜力

2. 业主需求角度

1) 美满婚姻

2) 初恋

3) 家庭矛盾

3. 业主关系角度

1) 传统销售理论

案例：销售漏斗图在招投标中的应用

2) 招标情形下业主关系的几个层次

三、竞争对手角度谈弃标

1. 没有竞争对手

2. 有 2-3 个竞争对手

3. 一群恶狼

四、自身战略角度谈弃标

1. 聚焦战略

- 1) 重点行业
- 2) 产品定位和客户群

2. 发展战略

- 1) 目标
- 2) 方向

小组讨论：对四个维度按照招投标过程中的重要性进行排序

第三讲：提高分子-聚焦招标文件

一、招标文件构成

1. 物理形式结构

2. 内在逻辑结构

- 1) 资格条件
- 2) 实质性条款
- 3) 评分办法

二、核心内容讲解

1. 资格条件

- 1) 资格条件分类
- 2) 资格条件详述

案例：这样的条款有歧视性吗

2. 实质性条款

- 1) 商务实质性条款
- 2) 技术实质性条款

3. 评分办法

- 1) 物理形式结构
- 2) 内在逻辑结构

实战小游戏：结合自身投标项目，替招标方编制一个评分办法、资格条件和实质性条款

三、三位一体的招标文件

1. 评委的评审依据
2. 招标方的采购需求
3. 投标人的投标指引

四、核心内容设计

1. 设计原则

2. 法律排斥条件

- 1) 法律法规的约定
- 2) 法律法规的巧妙利用

案例：负面清单的正面使用

3. 知己知彼

- 1) 先知己，再知彼
- 2) 求同存异

实战模拟作业：“知己知彼，求同存异”

五、实施路径方法

1. 内部招标关系图梳理

- 1) 采购人决策流程

案例：某政府部门内部采购决策流程

- 2) 招标文件编制确认流程

案例：某国有企业招标文件编制确认流程

2. 应用工具

1) GAP 模型

a 目标

b 成果标准

c 实施路径

2) FABE 钻石话术

3) ARE 话术

实际演练：客户拜访结束后，ARE 话术应用

第四讲：提高分子-投标技巧提升

一、陪标介绍详解

1. 违法违规

2. 现实情况

1) 以身试法

案例解读：福建某乡摇号中标粘球事件

2) 逼良为娼

3. 4Pei 模型

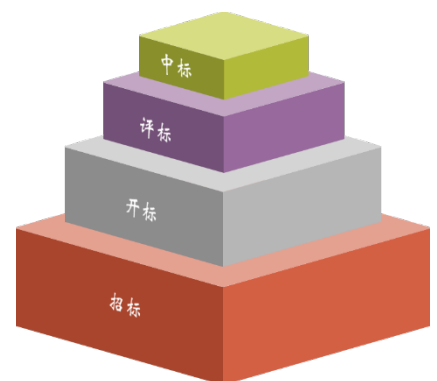
1) 模型名字的深层含义

2) 模型结构介绍

3) 模型应用讲解

二、标书编制技巧

1. 编制规范



2. 两大法宝

- 1) 读标便利性
- 2) 阅标冲击力
3. 标书编制全过程解析



三、异议投诉应用

1. 异议和投诉的不同

- 1) 先后不同
- 2) 对象不同

2. 异议和投诉

- 1) 异议的目的
- 2) 投诉的目的

案例：没有关系找关系，找不到关系强迫发生关系



- 3) 异议和投诉的利弊

3. 基本方法

- 1) 基本方法
- 2) 投诉范本

模拟实战：对一个实际评标案例，现场演练撰写异议文件

4. 进退有度

四、代理机构接洽

1. 招标代理机构现状
2. 接洽原则

总结回顾：

1. 世界咖啡形式，由学员主导（小组谈论，派代表发言）
2. Q&A