

## 《工程项目招投标技能》

### 课程教学大纲

**课程名称：**《工程项目招投标技能》

**课程性质：**内训

**教学时数：**学时:一天

**课程对象：**营销人员

**课程收益：**

德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的重要资源。传统时代是“买的没有卖的精”，互联网时代是“卖的没有买的精”。目前市场普遍是产能过剩，产品同质化，导致优质客户资源稀缺。客户的招投标就好比一场“战役”，要求营销人员具备专业的素养和技能，挖掘客户的痛点、增加客户的体验才能在激烈竞争的客户中胜出。那么我们如何发掘与维护？在商务谈判中要注意哪些问题？过程如何控制？如何取得最佳效果？

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

### 教学纲要

#### 第一章：招投标专业知识与技能

1. 招投标的4大特点
2. 招投标的基本原则
3. 招投标的作用
4. 客户招投标的流程
  - ✓ 发标
  - ✓ 应标
  - ✓ 评标
  - ✓ 开标
  - ✓ 定标
  - ✓ 合同签订
5. 评标的组织与人员
6. 公开招标与邀请招标的区别
7. 标书如何达标
8. 搞清楚招标的价格及内涵
9. 技术指标及参数
10. 竞争对手的了解
11. 招投标常犯的错误
  - ✓ 评标前没有“沟兑”
  - ✓ 不了解客户需求
  - ✓ 标书不合格
  - ✓ 缺少三场“主场、气场、磁场”
  - ✓ 。。。

12. 案例：SPIN 销售法与痛点发掘

13. 工具：产品路演的 FABE 法

## **第二章：项目策划书与项目包装**

### **一、项目策划书的主要结构**

1. 本项目的简单描述(金字塔结构)
2. 项目前景展示
3. 市场空间及竞争优势
4. 收益状况和盈利能力预测
5. 项目管理团队概述
6. 项目进度及时间
7. 资金需求

### **二、项目包装与策划**

1. 项目前景及可行性
2. 样板案例及可比案例
3. 自身强大实力展现
4. 打动人的数字图表展示
5. 抓住客户痛点和需求
6. 不同客户不同场景不同版本
7. 不要和非目标客户打交道
10. 案例：智慧园区的招商

## **第三章：如何用 PPT 内容打动客户**

1. 大数据时代的 PPT 设计
2. PPT 设计的色彩与风格
3. PPT 素材的来源与选择
4. 路演 PPT 的四化法则
5. PPT 的结构与内容
  - 1) 如何理解金字塔结构
  - 2) 如何做到：虎头、猪肚、凤尾；
  - 3) 生动化：痛点、痒点、卖点、兴奋点；
  - 4) 好内容：价值体现、好收益、逻辑性
6. 案例：可口可乐对 PPT 文本的审核
7. 工具：KISS 原则
8. 工具：PPT 模版资料库

## **第四章：项目沟通的基本步骤及说服技巧**

### **一、项目沟通的基本步骤**

1. 步骤一：事前准备
2. 步骤二：确认需求
3. 步骤三：阐述观点
4. 步骤四：处理异议
5. 步骤五：达成目标
6. 步骤六：落地实施
7. 项目解决方案的呈现四化

### **二、项目沟通说服技巧**

1. 项目是感性与理性交替的过程

2. 说服性沟通设计
3. 掌握客户的资讯及决策人
4. 掌握客户投资程序
5. 如何建立客户信任
6. 工具：项目介绍的 FABE 法
7. 案例：如何发挥团队力量
8. 案例：如何化解尴尬气氛

### **第五章：项目路演的专业技能**

1. 路演的设计思路
2. 路演前的准备
3. 路演的：主场、气场、磁场
4. 路演的演练与 PK
5. 项目路演技能
6. 客户听众分析
7. 案例：小贾如何克服演讲技巧
8. 工具：设计话术的技巧

### **第六章：项目的演讲过程**

#### 一、开场白

1. 称呼
2. 问好
3. 感谢
4. 自我介绍
5. 气氛调节

#### 二、演讲内容

1. 阐明意图
2. 明确观点
3. 以符合逻辑的顺序演讲
4. 核心内容展示

#### 三、总结部分

1. 如何结尾
2. 结束时要集中听众的注意力— 收缩性语句
3. 总结：回顾内容、强调重点、得出结论
4. 启发性问题
5. 工具：FBAE 介绍法
6. 工具：SPIN 介绍法
7. 案例：邦迪的项目故事化
8. 案例：项目演绎的“编”“导”“演”