
专讲标大师的标策略与技巧

在工程类项目特别是有设计要求的工程类项目以及服务类项目的采购时，经常会要求各投标人派 1-2 位代表，到评审现场就自己的投标方案做一个讲解，这就是我们供应商通常所说的讲标环节，一般讲标都是背靠背的，也就是投标人对评审专家演讲，其他投标人回避。

虽然在大部分项目评分标准中，演讲评分本身并不会太高，一般也就是 10 分，最多 15 分。如果仅靠这 10-15 分就一举击败竞争对手，奠定胜局的可能性不大。但是，投标文件是死的，演讲的人是活的，所以，卓有成效的演讲不仅仅是这 10-15 分的事儿，它还会增加专家对你的印象分，甚至影响专家对你的整个投标书的认知。糟糕的是，很多投标人对讲标环节把握的并不是很好，本来投标书还占优势，结果这个环节掉个链子，整个局面就被竞争对手给逆转了。

课程目标：

1. 了解解决方案销售的特点和客户购买心理；
2. 充分了解招标文件核心需求，熟悉投标方案各部分要点阐述，能够详细解答评委提出的各类问题；
3. 掌握具有说服性的讲标内容设计方法，让每一句话都说到评委心坎上；
4. 掌握现场呈现准备、开场、内容演讲、回答提问和交流、收场的技巧，能够从容不迫的在规定时间内高分讲标；
5. 掌握提高个人演讲感染力的方法，让讲标声情并茂，更易获得评委好感，产生共鸣；
6. 掌握设计 PPT 专业呈现方案的技能，让评委在感官上赢取高分；
7. 突出技术方案的客户利益，重要环节能够一一说透，消除评委疑虑；
8. 强化讲标环节的目标性——获取评委信任好感。

课程特色：

课程有深度：本课程是国内研究大客户销售最有影响力、最具深度的系列课程之一，其课程设计遵循国际上通用的案例研究五步架构：案例研讨—问题分析—解决方案—实际运用—提供工具。采用客户行业销售案例和学员销售案例相结合，现场解决企业问题。

训练有特色：培训以招投标为背景带动方案营销理念提升，并以实际案例、视频观摩、角色情景演练、小组研讨、课堂练习、规律总结、难点答疑等多种教学方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动，让学员真正掌握大客户销售八大核心武器。

讲师更实战：讲师有 17 年的工业品营销实战经验和 10 年营销管理经验，10 年工业品营销培训与咨询经历。

工具可落地：本课程近几年已经被 300 多家企业培训后落地推进，全面提升了销售团队的整体商务演讲能力，且可对学员参加训练前与参加训练后的“项目方案呈现能力”进行先后对比，可进行训前与训后的成果检测。[课程结束后提供一个电话辅导。](#)

授课讲师： 诸强华 工业品实战营销专家/政府公关与高层营销专家

培训对象：

工业及电气自动化、工程机械、工业设备制造、化工及工业原材料、建筑及安装工程、汽车客车行业、暖通设备及中央空调、重工设备及数控机床、通讯设备制造、矿采冶炼能源行业、环保及高新技术等行业营销高层管理、大区经理、销售经理、招投标人员、销售工程师、技术型销售、大客户销售及新进销售人员。

授课形式：

采取“培”与“训”相结合的形式，“实战演练+现场辅导+工具落地+行动计划”四位一体的咨询式培训模式。

培训时长： 1 天（6 小时）

课程大纲：

第一单元 基本演讲技巧

1. 控制紧张情绪
 - * 控制紧张情绪的 5 种方法
2. 动作语言
 - * 身体姿态/外观/手势/眼神
3. 口头语言
 - * 发声练习/声调/克服口头语

◇练习：绕口令

4. 提升感染力
 - * 能量和激情的使用优点

◇朗诵练习：献词

◇视频分享：刘媛媛：寒门贵子-超级演说家

第二单元 方案销售的特点与组织客户购买心理分析

1. 销售的两个本质
2. 方案销售的 6 个特点
3. 组织间客户购买的 4 个原因与购买 8 个流程
4. 大客户销售的 8 个流程

◇思考：解决方案与客户需求如何完美对接

第三单元 熟知招标文件与投标方案

1. 如何发现招标文件的重点
 - * 投标文件要突出的五个侧重点
2. 提炼浓缩客户重要需求
3. 投标文件编制四大核心内容
4. 如何体现公司的独特亮点

◇小组讨论：罗列公司投标优势/特色详细清单

第四单元 专业讲标内容设计

1. 项目概述
2. 方案设计
3. 方案特色
4. 项目实施与维护
5. 成功案例和公司简介

◇课堂练习：撰写 10—15 分钟讲标演讲稿

第五单元 PPT 内容呈现及呈现技巧

1. 内容呈现的逻辑表达
2. 文字、数据、图示布局
3. 字体、色彩、动画运用
4. PPT 制作及演讲建议

◇练习：选择合适的图表来表达主题

第六单元 专业讲标实战演练指导

1. 分组 PK 赛
2. 老师/领导点评

随课程免费赠送项目：

1. 赠送 48 集工业品销售微课视频：

- 31 集《工业品大客户业务公关与销售技巧》
- 10 集《高层销售：与决策者有效打交道》
- 7 集《高层营销：突破大客户的决策层》

2. 赠送《工业企业销售人员业务指导手册》

价值：让业务人员拥有一套具体的业务开发管理手册，有助于标准化管理。

《工业品销售人员业务指导手册》目录

1	销售人员职业素养与行为规范
2	主要竞争对手分析
3	目标客户组织痛苦链
4	销售流程与过程管控
5	业务类型的三个任务清单
6	拜访客户前的准备任务清单
7	赢得开场的30秒话术
8	FAB产品介绍和SPIN需求引导销售话术
9	C139预测项目发展趋势
10	企业经典销售案例