

投标实务与技巧

课程背景

- ◆招投标工作日益受到重视，公开招标比重不断扩大。由于招标方资金来源的不同，投标实务涉及《招标投标法》、《政府采购法》两大法律领域，2010年后，两法实施条例相继出台。
- ◆如何运用好法律法规维护权益，如何在众多投标人中胜出，如何把握评委评审的关注点，正是投标实务与技巧课程可以提供的内容。

课程收益

- ◆熟悉招投标基本要求及流程，抓住投标工作中的关键节点。
- ◆提高投标决策、报价水平及投标文件编制能力。
- ◆了解招标投标法与政府采购法的异同及如何提出质疑、投诉。
- ◆以案例演练投标全流程。

课程对象

投标人。

课程形式

实战讲授+案例分析+小组研讨+情境演练+学员分享+老师点评。

培训时长

一至两天(6或12小时)

课程大纲

第一讲 招投标基础知识

一、如何获得订单

- 1、三大挑战：注重公开招标的时代已经到来
 - 1) 市场竞争空前激烈
 - 2) 客户需求急剧变化
 - 3) 反腐倡廉势不可挡
- 2、三大机遇：机遇垂青于有准备的头脑
 - 3、招投标发展机遇
 - 4、懂程序者得先机
 - 5、信用环境不断改善

案例分享：说出你在投标中的一点感受、一次开心或一次失败

二、招投标的法律体系框架及基本概念

- 1、历史沿革
 - 1) 英国“文具公用局”的来历
 - 2) 清代洋务运动领军人物张之洞的贡献
 - 2、招标采购基本概念
 - 1) 招标的属性
 - (1) 经济活动
- “经济人概念”、经济人法则

案例分析：你去投标的企业是哪一种？

- A 花自己的钱，给自己办事
- B 花自己的钱，给别人办事
- C 花别人的钱，给自己办事
- D 花别人的钱，给别人办事

(2) 技术活动

案例分析：仪器采购与办公楼施工工程的不同技术属性

(3) 法律活动

案例分析：合同法与招投标法谁优先？

(4) 招标与采购的区别

2) 招标 10 字原则

3、去投什么标

1) 哪些项目必须招标

2) 如何获取招标信息

案例分析：你是如何得知企业的招标信息的？

3) 招投标的法律依据有哪些？

4) 我国招投标法律体系的 5 大特点

5) 如何快速掌握投标中最核心的法律法规

案例分析：分组画招标流程的思维导图

三、招标流程解析

1、招标准备阶段

1) 招投标工作职能

2) 招标方式的解读

3) 确定和备案

2、招标阶段

1) 高度关注时间点

2) 标底编写说明

3) 招标文件的构成

(1) 工程类招标文件的编制标准 (案例解读)

(2) 货物类招标文件的编制标准 (案例解读)

(3) 服务类招标文件的编制标准 (案例解读)

4) 限制投标人行为

3、投标阶段

1) 哪些人不能投标？

2) 联合体投标的规定

3) 串标围标的表现形式

讨论：串标围标案例分析

4、开标阶段

1) 开标全流程及注意事项

情景模拟：一次项目开标的现场演练

2) 废标说明

5、评标阶段

1) 评标专家的组成

2) 评标流程

讨论：废标举例

3) 评标报告

6、中标及合同阶段

- 1) 本阶段违例现象举例
- 2) 中标公示与中标通知
- 3) 阴阳合同的法律风险

四、招投标法与政府采购法的衔接

- 1、程序法与实体法的区别
- 2、两法的交叉
- 3、异议、质疑与投诉的处理

第二讲 投标致胜关键点与实用工具

一、五步投标致胜法

- 1、寻标
- 2、跟标
- 3、控标
- 4、投标
- 5、中标

二、如何在投标前做好客户关系？

1、客户内部关系分析图

孙子兵法说：知己知彼，百战不殆。了解客户内部关系是前提。

2、把握客户不同层级的心态

- 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

3、客户关系不到位的补救措施

- 1) 接触不到决策层怎么办？
- 2) 只有一条线认可怎么办？
- 3) 不能控制招标文件怎么办？
- 4) 对手信息不掌握怎么办？

4、掌控投标项目的判断依据

- 1) 与决策层、中层和一般人员三个层次均取得较紧密联系
- 2) 得到两条线部门主管一级人员的认可与肯定
- 3) 对客户内部的利害关系有清楚地了解
- 4) 参与了招标文件的讨论与撰写
- 5) 能够及时获取对手重要信息

5、某某集团客户关系突破方法汇编

6、讨论：各说一条项目可行性判断标准。

7、案例分析：

- 1) 公司资质不足时如何借助其他资源解决？
- 2) 怎么判断你收集到的是优质招标信息？

三、控标阶段的把控要点

1、招标文件的四大板块

- 1) 商务板块
- 2) 技术板块
- 3) 评分板块
- 4) 服务板块

2、如何发现招标文件的重点

- 1) 投标文件要突出的五个侧重点
- 2) 踏勘与澄清

3、细研究评分标准

- 1) 评分标准的商务分值
 - 2) 评分标准的技术分值
 - 3) 评分标准的报价分值
- ### 4、招投文件如何设置门槛

5、如何发现招投标文件的倾向性

案例讨论：以《中国移动通信集团内蒙古有限公司 2016 年网络优化服务项目》招标文件从四个板块进行分析解读

小组评议：并讲述自己的理解

现场成果：招标文件分析要素列表

四、如何制作优质的投标文件

1、组建投标机构和编写小组

2、投标文件的必备要素

3、投标文件撰写的原则

1) 扣题原则

2) 行文原则

3) 精细原则

4) 美化原则

4、如何体现公司的独特亮点

5、投标书编写注意事项

案例分享：比较本公司与同行公司的优势并整理描述

案例分析：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

五、如何掌握投标报价策略？

1、投标报价因素分析

1) 投标目的

重点行业要案例

优势行业保利润

2) 客户态度

提前交流摸实底

从评分标准看倾向

过往项目投资推论

3) 对手心理

对手行业地位

对手过往习惯

对手与客户关系

4) 成本预算

现场分析：拿本公司一个完成投标的项目进行报价分析

六、如何掌握现场讲标的技巧？

1、现场讲标的三态

1) 心态

2) 神态

3) 表态

心态放平、神态自若、表态坚决

2、突出重点与把握时间

1) 开门见山、直接主题

2) 重点先讲

3) 随机应变

3、讲标五忌

1) 只埋头讲 PPT，不看评委表情，紧张不自信

2) 显耀卖弄专业知识

3) 重点不突出，评委最关心的问题没讲出来

4) 时间控制不好，到点了还没讲完

5) 答非所问

情景演练：现场摹拟述标场景，由小组代表述标，大家评议。

第三讲 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

第四讲 课后行动计划

一、每个学员用两句话概括本次培训的收获，由小组汇总

二、现场制订课后行动计划

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、现场学习情况的小组评分统计

非常感谢您关注刘小明老师的课程！