

营销人员核心控标技能提升

【课程背景】

随着我国招投标业迅速发展，市场规模越来越大，招投标领域越来越广，人们对招投标业务越来越需要。但是，招投标市场存在很多问题，存在市场不规范，监管不力，程序不合法，标准不符合法律规定，招投标文件制作不符合要求，串标、废标、流标等现象时有发生，合同签订不符合法律规定导致合同无效等一系列问题影响招投标发展顺利进行。导致招投标违背实现公平、公正、公开和诚实信用的原则，不能实现公平竞争的目的。

【课程收益】

- ◆ 熟悉并掌握招投标基础知识及控标策略总览图。
- ◆ 熟悉并掌握招标阶段核心控标技能与实用工具。
- ◆ 熟悉投标阶段核心控标技能与实用工具。
- ◆ 熟悉评标阶段核心控标技能与实用工具。

【授课对象】

企事业单位高管、营销人员、投标人员、投标管理人员及相关岗位的人员。

【授课时长】

可根据企业需要选择内容和案例，一天或两天课程。

【课程特色】

- 1、其他老师无法比拟的专业优势：培训针对性、实操性强，内容均为实例，

来自日常生活，以案说法，具有独特的专业优势。

2、讲课技能和风格：刘老师对课件及案例进行精心设计，逻辑严密，构思巧妙，把法律知识融入到生活社会现象；讲课风格生动风趣，寓教于乐；讲解法律深入浅出、通俗易懂，让学员听得懂、愿意听；综合运用文字、图片、影音、互动等方式，充分调动学员的积极参与互动、现场理解感悟，课堂气氛轻松活泼，摆脱了纯讲理论的刻板模式，取得了较好的效果。

第一讲 招投标基础知识及控标策略总览图

一、招投标的基本概念

1、招投标制度的起源

2、我国招投标制度发展史

1) 第一阶段：招投标制度初步建立

2) 第二阶段：招投标制度规范发展

3) 第三阶段：招投标制度不断完善

3、招投标的基本程序

1) 招标

2) 投标

3) 开标

4) 评标

5) 中标

6) 签订合同

4、招标的方式

1) 公开招标

2) 邀请招标

思考：你知道评审和评标的区别是什么吗？

5、可以不招标的情形

1) 招投投标法规定的不招标情形

2) 政府采购规定的不招标情形

3) 机电产品国际招投标中的不招标情形

6、电子化招投标

二、招投标的法律体系框架

1、三套招投标法律法规体系

1) 财政部

2) 住建部

3) 商务部

4) 三者的区别与联系

2、四级招投标法律法规体系

1) 国家级

- 2) 国务院级
- 3) 部委级
- 4) 地方级
- 5) 如何快速掌握投标中最核心的法律法规

三、控标策略总览图

1、招投标活动中的利益相关方分析

- 1) 采购人的核心利益
- 2) 评标专家的核心利益
- 3) 招标人的核心利益
- 4) 投标人的核心利益
- 5) 监管人的核心利益

2、招投标活动中，利益相关方的作用分析

- 1) 采购人在招投标活动中的主要作用
- 2) 评标专家在招投标活动中的主要作用
- 3) 招标人在招投标活动中的主要作用

3、控标策略总览图

课堂活动：请每个小组根据画出一幅控标策略总览图[微软用户 1]

第二讲 招标阶段核心控标技能与实用工具

一、控制客户关系

案例讨论：两个部门踢皮球，你该怎么办？

1、发展内线/线人

- 1) 谁是线人？
- 2) 线人特点
- 3) 线人价值

2、搜集信息

- 1) 主要参与人的角色
- 2) 主要参与人的性格
- 3) 项目基本需求情况

3、勾画组织结构及影响力图

4、商务公关

- 1) 商务公关基本原理
- 2) 基本沟通对策
- 3) 公关八式（工具）
- 4) 公关效果判断（工具）
- 5) 防止被客户忽悠

5、发展导师/教练

- 1) 导师与线人的区别
- 2) 导师的三大作用
- 3) 导师提供帮助的五大理由

二、控制招标文件

1、招标文件的四大组成部分

- 1) 格式条款
- 2) 项目需求（包含：商务需求与技术需求）

- 3) 评分标准
- 4) 附件模板
- 2、招标文件的编写单位
 - 1) 采购人
 - 2) 招标人
 - 3) 评审专家
- 3、招标文件控制的四个方向和一个约束
 - 1) 控制资格条件
 - 2) 控制技术指标/技术需求

案例讨论：竞争对手不满足技术指标，但强行应标，应该怎么办？

- 3) 控制商务指标/商务需求
- 4) 控制评分标准
- 5) 招标文件控制的法律约束
- 4、博弈招标人
 - 1) 三种不同类型招标人之间的区别
 - 2) 博弈招标代理公司的策略
 - 3) 博弈采购部（门）的策略
 - 4) 博弈（政府）采购中心的策略

案例讨论：招标人对采购人的要求置之不理，坚持使用“标准版”招标文件，应该怎么办？

第三讲 投标阶段核心控标技能与实用工具

一、控制投标文件

案例讨论：你该如何编写投标文件

- 1、构建企业内部投标知识库
- 2、投标小组的组建与分工
- 3、投标文件的编写
 - 1) 投标文件编写的矩阵策略
 - 2) 不同品质投标文件的标准及具体编写方法
- 4、投标文件的检查
 - 1) 资格条件自查表（工具）
 - 2) 评分标准自查表（工具）
 - 3) 独立商业价值总结页
- 5、投标文件的装订与递交
- 6、参与项目的开标与唱标

二、控制投标报价

- 1、基于公司维度的报价策略
 - 1) 盈利型
 - 2) 竞争型
 - 3) 生存型
- 2、基于项目维度的报价策略
 - 1) 围控型
 - 2) 竞争型
 - 3) 冲击型
- 3、不平衡报价策略

第四讲 评标阶段核心控标技能与实用工具

一、控制投标演讲

案例讨论：千万级 PLM 项目大单被迫流标！

- 1、投标演讲是“给谁看”？
- 2、投标演讲常犯的三大错误
 - 1) 自我标榜、目空一切
 - 2) 逻辑混乱、重点不清
 - 3) 专家提问、没有预案
- 3、设计一场精妙的投标演讲 show

二、影响评标专家

- 1、评标委员会的组建
 - 1) 评标专家库的管用分离制度
 - 2) 语音电话抽取/人工电话抽取/短信抽取
- 2、专家评标的一般流程
- 3、专家评标的核心过程
- 4、哪些因素可以影响评标专家
 - 1) 采购人的态度与倾向
 - 2) 评标现场的环境
 - 3) 投标人的述标演讲
 - 4) 投标文件的质量
 - 5) 投标报价
- 5、哪些评标专家能够被影响
 - 1) 四种类型的评标专家
 - 2) 评标专家的顾虑分析
 - 3) 采购人对不同类型的评标专家的影响效力分析

案例分析：你该如何合法合规的影响评标专家？

- 6、采购人合法合规的影响评标专家的策略
 - 1) 合法合规的必要性
 - 2) 定向放大镜策略
 - 3) 学会说不的策略

案例分析：为什么专家不肯帮你？

- 7、评标专家的日常影响
 - 1) 建立企业内部的专家资源库
 - 2) 专家资源库的日常经营策略

三、跟进投标结果

- 1、记录中标公告信息
- 2、中标后签订合同及注意事项
- 3、未中标的争议解决
 - 1) 争议解决的方式
 - 2) 质疑/异议的提出
 - 3) 投诉的适用

案例讨论：评标时有专家贬低我们，导致我们不中标，我们可以质疑吗？

第五讲 课后行动计划

- 1、待解问题答疑

- 2、每个学员写出本次培训的两点收获，小组内相互传阅
- 3、每个学员写出本次培训后的两点工作改进计划，小组内相互传阅
- 4、现场学习情况的小组评分统计