

附件 4

“中国企业招投标管理能力提升暨企业投标师培养工程”专题二

满分投标文件制作工具与技巧

课程背景：

招投标越规范化，投标书的制作质量要求就越高。

因标书写不好而丢标，是所有的企业都头疼的问题。在招投标时代，营销的核心就是招投标，而标书制作既是招投标最重要的一个环节，又是整个项目营销的载体。标书就是你的武器，是你射向对手的子弹。而许多公司的制作的标书质量很差，不是精确制导导弹，而是一枚枚“臭弹”。凡大客户营销，项目营销，产品营销，服务营销，给客户一份尽可能完美的投标文件，才是制胜的法宝。

课程目标：

掌握标书制作的工具、方法和技巧，帮助你打造出精确制导导弹！以快速提升中标率，获得倍增业绩！

听课对象：

公司市场营销团队、标书编制，招投标及相关人员。

培训时间：2天一晚

培训方式：

充分体现实战实用实效的原则，老师主讲与学员配合互动相结合。具体方式包括：

4、分组PK；2、小组讨论；3、现场问答；4、案例分析；5、摹拟演练等。

课程研发主讲人：

陈伟老师，《招投标赢利模式》课程体系著作权人。中国企业联合会培训委员会执行委员、国家发改委培训中心特聘讲师，“中国企业教育杰出人物”“最具影响力培训师”

“最佳招投标讲师”称号获得者。中国企业管理能力建设工程“特聘专家”、中国采购与招标网和招标师在线网“特聘专家”。陈伟老师有十多年上市公司大客户营销、招投标管理经验，亲手主持操盘中标多个国家部委和中央企业成功案例。

课程大纲

导入 角色认知与标书编制问题

- 一、案例导入与标书编制分析
 - 1、缺少针对性，标书内容空泛
 - 2、缺少准确性，招标方想要的看不到
 - 3、缺少准备，投标所需资料不齐全
 - 4、缺少经验，标书错漏之处众多
 - 5、时间仓促，标书制作不完美
- 二、投标团队构成与分工
 - 1、客户经理
 - 2、售前工程师
 - 3、商务编制
 - 4、技术编制
 - 5、报价编制
 - 6、授权委托人
 - 7、讲标答疑人

第一章 评标专家如何定生死

- 一、关于评标的三句大实话
- 二、评标专家心态
- 三、评标状态揭秘
- 四、评审步骤与奥妙
 - 1、初步评审-拒之门外
 - 2、详细评审-得分排名
 - 3、打分奥秘-主观客观

第二章 标书编制过五关

- 一、形式关
- 二、废标关
- 三、偏离关
- 四、报价关
- 五、得分关

第三章 标书编制的流程与原则

导入：编制标书的 12345

- 一（个流程）、二（个原则）、三（个板块）、四（个重点）、五（个因素）
- 一、一个完整流程
 - 1、标书制作全流程
 - 2、标书分析会内容
 - 3、流程中的关键细节

现场演练：针对一份招标文件进行分析解读，并讲述自己的理解，小组进行评议。

二、二个基本原则

1、前期：2/8 原则

标书编制前的资源管理是重中之重

2、后期：审核原则

标书编制过程上的四级审核制度

现场成果：某某 公司标书编制审核检查清单

第四章 标书编制的商务板块

1、格式顺序

数量 中英文 大小写 错别字 行间距 字号字体 边框

2、资质证书

3、案例业绩

4、财务状况

5、履约表现

6、项目经理资源的编排

7、商务条款编写注意事项

第五章 技术标（设计方案）编写如何出彩？

一、EPC 时代设计思想指导技术方案编写

二、技术标如何出彩

1、目录要细

2、结构完整

3、篇幅要够

4、图文并茂

5、亮点突出

三、空泛的需求如何写实？

四、标书编制的重点

1、评分标准有分值点的

2、技术方案重点强调的

3、清单图纸里有要求的

4、文件表格罗列出来的

第六章 投标书报价的基本思路

一、报价清单填写规范

二、以我为主成本加利润报价法

1、报价基准值的确定方式

2、利润空间的考虑因素

成本因素

算法因素

目的因素

客户因素

对手因素

三、以对手为主的跟随报价法

- 1、竞争对手锁定后的定位分析
- 2、利用大数据精准掌握对手报价策略
- 3、其它战术方式

第七章 报价演练与总结

一、就一个投标项目进行实际报价演练

二、回顾与总结

- 1、课程主要知识点和收获
- 2、如何进行学以致用
- 3、中标团队和优势个人评选