

附件 3

“中国企业招投标管理能力提升暨企业投标师培养工程”专题一

立项与招标前期应对策略

课程背景：

招投标作为国家法规政策和市场营销新业态，已引起各类企业高度重视，陈伟老师在《招投标赢利模式》管理思想体系中，率先使用了“控标”这一创新概念。即在立项与招标前期准备阶段，要形成一整套管理模式与应对策略，这是快速提升中标率的奥秘。无论什么类型和规模的企业，都是其经营管理的核心竞争力。

听课对象：

公司老总营销总监、市场营销经理及招投标相关人员。

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：

1、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

开场导入

- 1、齐诵开训词
- 2、组建投标一线团队，了解三线团队

- 3、形象展示，投标岗位与角色定位

第一章 项目立项与招投标全新认知

- 一、项目立项招投标全流程要点
 - 1、立项阶段
 - 2、招标准备阶段
 - 3、招标阶段
 - 4、定标阶段
- 二、营销黄金期的突破时机
- 三、五步中标的致胜法则
寻标、跟标、控标、投标、中标
- 四、为什么必须控标？
 - 1、从中标结果上看
 - 2、从招标规则上看
 - 3、从业主意图上看
 - 4、从代理心态上看

第二章 招标前的项目锁定

- 一、招标前期工作的重要性及目标
 - 1、胜战大师的启示：有准备有把握
 - 2、最合适的项目与最强力的渗透
- 二、重大项目商机研判的五个维度
- 三、优质项目中标概率精准度测评
 - 1、是否与公司的主营业务和产品相符合？
 - 2、是否处于项目营销的黄金期？
 - 3、是否能接触到两条线上的关键人？
 - 4、是否比对手提前介入？
- 四、良好客户关系的铺垫
 - 1、客户关系常见错误
 - 2、全新客户关系结构图
 - 3、找准关键岗位关键人
 - 4、三交到心法则
 - 5、引导客户思维
- 五、技术产品方案的渗透与讲标
 - 1、建立顾问式营销思想
 - 2、针对性方案编制
 - 3、同类案例展示
 - 4、样品演示
 - 5、老客户项目推介
 - 6、行业专家引荐
 - 7、相关资料提供
 - 8、方案交流与讲标演练

案例分享：结合课程知识点，分享自己招标前工作的经验教训。

第三章 揭开招标文件控制的秘密

- 一、招标文件深度解读
 - 1、招标文件结构要素
 - 2、招标文件内在逻辑
 - 3、招标文件本质特征
- 二、招标公告把控点
 - 1、预算与最高限价
 - 2、时间点的规范性
 - 3、资格条件的设置
- 三、投标人须知的把控点
 - 1、前附表的内容设置
 - 2、投标保证金
 - 3、财务资信证明
 - 4、废标条款设计
 - 5、不合格投标条款设计
- 四、技术需求的把控点
 - 1、技术标准
 - 2、产品功能
 - 3、偏离表设计
 - 4、服务保障

第五章 评分标准的把控奥秘

- 一、招标文件的三控要领
 - 1、入门的控制
 - 2、初审的控制
 - 3、得分的控制
- 二、主要标准的三控精义
 - 1、一控权重(占比基准价)
 - 2、二控分布(定性与定量)
 - 3、三控高分(区间与梯级)
 - 4、评分标准是中标的DNA密码
- 五、低价中标法的把控点
 - 1、评审条件的设置
 - 2、低于成本的识别
 - 3、明显低价的识别

案例讨论：针对一份招标文件从六个板块进行分析解读。并讲述自己的理解，小组进行评议。

第四章 招投标平台的认知与应用

- 一、电子招标的基本特征
 - 1、电子招标平台属性

2、电子投标的基本要素

二、线上开标与评标

1、线上开标的更新

2、线上开标的系统操作

3、分散异地评标的方式

答疑：就线下线上控标相关问题回答提问。

第五章 情景演练与行动计划

一、情景演练：

由各投标团队总结控标方法与步骤，现场投标展示，现场评标。

二、每个学员用两句话概括本次培训的收获，由小组汇总

三、评选本次培训最优学员

四、评选本次实战训练中标小组。

五、颁奖。