**体育场地设施建设的人员推销**

张某进入公司后负责中南地区的体育场地设施建设与安装工作。刚进入工作岗位，他就将长沙地区的相关负责单位跑了个遍，他首先了解近期哪些学校的体育场地需要修建，然后逐户逐门地去认识客户。当他来到一所小学时，该学校负责这一项目的负责人很遗憾地告诉他：学校马上要进行田径场的修建，采用公开招标的形式，但是由于你们公司以前没有来联系过，所以没有将你们公司列入投标名单。而且几天以前就截止发招标书了，得到标书的供应商们已经开始做投标书了，三天以后就是开标的时间。负责人接着说：这是我们的近期的一次招标采购，最近还会有招标，到时欢迎你们来投标。由于办公室里人来人往，负责人讲完之后，就去招呼其他人了。

销售代表一个人站在办公室中间，犹豫着不知何去何从。销售代表离开负责人的办公室，开始给当地的朋友打电话了解这个项目的情况。朋友一听这个项目，就劝他不要做了，这个项目的供应商早已经选定了，这次招标就是履行程序。然而，销售代表并不就此放弃，他想办法弄来当地一个场地设施企业的电话号码，打电话到该企业的总经理那里，问是否可能推荐自己的产品，企业的总经理很客气地拒绝了他的要求：该公司所用的体育器材来源于另一家公司，而且投标书已经写好了。他的态度很明确：这次不行，欢迎来谈，以后可以合作。

所有的途径似乎都被堵死了，本次招标书的截止日期已经过了。即使想办法拿到标书，但又几乎不认识能帮忙的贵人，时间也很有限，况且要做出投标书，他需要付出很大的代价，他需要立即请专业人员从北京飞过来，并请他们做报价、合同和一份高质量的投标书。

如果这时他放弃，其实没有人会责怪他。但他没有放弃，转身又回到了项目负责人的办公室，来到他座位前，希望负责人能够将招标书给他。负责人说：我这里没问题，但是你必须得到校长的同意，校长在省内另外一个城市开会。

销售代表想办法要到了校长的电话后，立即拨通了校长的手机，校长压低了声音问他是谁，销售代表做了非常简单的自我介绍，校长说他正在开会，让销售代表晚一点打电话过来。销售代表不再有任何犹豫，果断地来到长途汽车站直接搭车赶往校长所在的城市，下车后直奔校长下榻的宾馆。这时已经是中午了，他来到会务组，打听到校长的住处。他上去敲门，但没人开门，随后发现门是虚掩的，探头发现校长正在午休，这时校长也醒了，但眼睛还没睁开，坐在床上揉着眼睛。在征得校长同意进门后，销售代表上前进行自我介绍，并恳请校长能将标书发给自己。没有谁会愿意在午休时间被销售代表堵到房间里来进行“强行”推销，校长满面怒容，然后销售代表一直不断地道歉，他向校长解释：我也知道这样不好，今天是特意从长沙赶过来的，而且自己公司在这个领域非常有经验，对学校的项目应该有所帮助。精诚所至，校长逐渐原谅了他，松口同意发给标书。

销售代表再三感谢以后，火速赶回长沙，当他办完手续拿到标书时，客户已经快下班了。虽然拿到标书，但仅仅意味着有了一个机会。于是，销售代表请求负责写标书的同事第二天飞到长沙。他的想法是“死马当活马医”，即使这次不成功也没关系，至少下次投标的时候可以混个脸熟和眼熟。当然，投标书一定要做得完美，即使没有中标，也要体现专业与用心。这时离开标截止时间已经只有两个晚上一个白天了，他们商量好了分工以后，开始行动。开标之时，他们终于将三本漂漂亮亮的投标书交到了学校。为了能够赢得这个定单，他们给出了可以承受的最低价格，以及最好的售后保证。开标当天，所有的厂家都聚到学校的会议室，因为投标就在这里进行。正是由于他们的准备很充分，相关工作也做得非常到位，终于功夫不负有心人，他们中标了！

(资料来源：<https://www.docin.com/p-1828667468.html>，有修改)

通过上述案例，请分析该家体育场地设施安装企业最终能中标的原因，请结合案例谈谈体育市场人员推销的程序。