单场景诊断建议书 · 样板

询盘到报价为什么慢?

A 公司是否适合用 AI 辅助报价

一个部门 · 一条流程 · 一个决策问题

诊断对象	A 公司（模拟）销售部
流程	从收到询盘，到发出报价单
决策问题	报价为什么慢；是否适合用 AI 辅助报价
结论	见第 2 页「一页结论」

方法演示｜模拟案例，非真实客户

本文用一家虚构的工业品分销企业「A 公司」，演示单场景诊断怎么做、交付长什么样。公司、人物、数字全部为模拟，凡数字均标 示例；不对应任何真实企业、真实项目或真实效率数据。

申飞｜Dare to B2B

样板 v1 · 2026 年 10 月

老板原话（示例）

「报价太慢，客户等不及；懂行的就那两三个老员工，他们一请假，报价就停。现在供应商都说 AI 能自动报价，我该不该上？」

先补条件　标准品可在补齐后小范围试点；非标品暂不碰。

现在不建议买 AI 报价系统。报价慢是真问题，但慢在报价**之前**的三件事：认不准型号、找不到历史价、要等老员工判断，不在「写报价单」这一步。这三件事的资料，今天还没有整理成 AI 能读、能查、能核对的样子。先把标准品的资料补齐，再拿标准品做一个小试点。

三个关键发现

01

型号认不准，是第一道卡

客户叫法、公司编码、供应商型号三套说法并存。抽查 50 个常用料号，11 个一物多码或命名不一 示例 。AI 读进去是乱的，给出来也是乱的。

02

历史报价不在系统里

ERP 只记成交订单；没成交的报价、给老客户的特价，散在个人 Excel 和微信里。报价最依赖的「上次报给谁、报了多少」，现在只能问人。

03

定价和非标判断靠两个人

小批量加价、老客户折扣、替代型号能不能用，基本由资深报价员 L 和技术主管 W 拍板 示例 ，没有写下来的规则。AI 接不住，人也走不开。

下一步

先做	谁牵头	参考顺序
统一标准品主数据：清一物多码、规格拆成字段，先做常用的约 2,000 个料号 示例	销售总监牵头；内勤、ERP 管理员执行	第 1 步
价目表收成一个版本、定唯一维护人；从下周起登记每一笔报价（含未成交）	销售总监	第 1 步同步
开始记录询盘到报价的实际耗时，作为以后判断有没有改善的基线	内勤	第 1 步起持续
资深报价员口述客户常用叫法和定价习惯，内勤整理成对照表	资深报价员 L、内勤	第 2 步
补齐后复核一次，再决定是否做标准品报价草稿的小试点	老板、销售总监	第 3 步

判断依据见第 7 页；路径细节见第 8 页；风险见第 9 页。

01 只看一个部门、一条流程、一个决策问题

范围收窄，结论才能落到具体的人和资料上。这一页是诊断开始前双方确认过的范围。

维度	本次范围
部门	销售部（含销售内勤）
流程	从收到客户询盘，到发出正式报价单
决策问题	询盘到报价为什么慢；这一段适不适合用 AI 辅助报价；如果适合，从哪里开始
访谈	4 人 示例 ：销售总监、资深报价员、技术主管、采购主管；另有老板开场和结果汇报各一次
材料	20 条脱敏历史询盘、15 个代表性料号的资料 示例 ，当前价目表、报价单模板
周期	8 个工作日 示例 。服务参考周期 5–10 个工作日，访谈参考 3–5 人 参考
交付	本建议书（PDF）＋一次汇报

不在本次范围内

- 报价发出后的跟单、签约、回款；
- 采购、仓储、生产排程本身的改进（只记录它们对报价的影响）；
- 挑选或比较具体的 AI 工具、软件供应商；
- 软件开发、知识库搭建、系统接口、上线部署和维护；
- 人员绩效评价。访谈只为看清流程，不评价个人。

证据怎么标

每条发现都标来源，读者能分清哪些是听来的、哪些核对过：

- **[陈述]** 受访人说的；
- **[证实]** 材料或样本能核对的；
- **[待核]** 还没有证据的。

没有证据的保留为未知，不拿推测补齐。

> **为什么老板要坐进来。**报价改不改、谁的时间调出来补资料、谁对 AI 给的草稿签字，这些只有老板能定。诊断的开场和汇报，建议老板和销售总监一起参加。

02 一条询盘是怎么变成报价的

A 公司（模拟）是一家工业品分销企业，主营紧固件、阀门及配件，标准件为主，另有部分按图定制的非标件。在售料号约 1.8 万个，销售内勤 6 人，月均询盘约 400 条 示例 。



> **现在的速度**（来自 20 条样本的回溯估算，不是系统记录）：标准品通常当天到 1 个工作日；非标品 3–5 个工作日 示例 。等待多花在第 2、3、5 步，第 7 步本身不慢。[证实：样本回溯；耗时为估算]
> **所以**，只让 AI「写报价单」解决不了问题，慢的是报价单之前那几步。

依赖了哪些人

人 示例	承担了什么	不在时会怎样
资深报价员 L	认型号、查历史价、小批量和老客户定价	标准品报价也会明显变慢 [陈述]
技术主管 W	非标图纸判断、替代型号确认	非标报价基本停住 [陈述]
采购主管	在途库存、供应商交期	交期只能先空着或报保守值 [陈述]
销售总监	超额度审批	审批规则清楚，影响有限 [证实：审批记录]

老板说的话，落到流程里是什么

老板说的	卡在流程哪一步	背后缺的是什么
「报价太慢」	第 2 步认型号、第 3 步查价、第 5 步非标确认	型号和价格资料不统一，查一次要翻好几处、问好几个人
「离不开老员工」	第 2、3、6 步靠 L，第 5 步靠 W	经验在人身上，不在资料里：叫法对照、定价习惯、非标判断都没写下来
「AI 能不能自动报价」	第 7 步出报价单	这一步本来就不慢；只在这一步用 AI，解决不了前面的等待

03 AI 读不读得懂「物」，接不接得住「术」

AI 化要以标准化、数字化为前提。节点 0 有两层：**商品数据化**，让 AI 读得懂「物」；**知识数据化**，让 AI 接得住「术」。另外看责任和系统能不能托底。

● 具备　◑ 部分具备　○ 缺失　不打总分：关键项缺失，不能用其他项抵消。

层	检查项	状态	现状
物	物料唯一编码	◑	标准件在 ERP 有编码；抽查 50 个常用料号中 11 个一物多码或命名不一 示例 。非标件无统一编码 [证实]
物	规格参数结构化	◑	标准件规格写在名称的一串文字里，没拆成字段；非标参数在图纸和聊天截图里 [证实]
物	客户叫法对照	○	没有对照表，靠 L 记忆 [陈述]
物	主数据维护责任	○	谁录谁改，没人审核新增和停用 [陈述]
术	价格规则	◑	有价目表，但 3 个版本在流转 示例 ；折扣和小批量加价靠经验 [证实]
术	历史报价可查	○	ERP 只记成交；未成交报价和特价在个人文件里 [证实]
术	非标判断规则	○	只在 W 的经验里，没有成文 [陈述]
术	例外处理（缺货、替代）	◑	有口头惯例，没有写下来 [陈述]
责	报价审批责任	●	按金额分级审批，规则清楚、有记录 [证实]
责	发出前人工确认	●	每张报价发出前都有人看 [证实]
系统	系统记录	◑	ERP 有订单和库存；询盘和报价过程不进系统 [证实]
系统	耗时基线	○	没有询盘到报价的时间记录，本次只能抽样估算 [证实]

> **判断：** 「责」这一层是好的，有人审批、有人把关，这是以后试点的底子。卡在「物」和「术」：AI 认不准型号、查不到历史价、学不到定价规则。这不是买一个模型能解决的。

04 这个问题落在哪个节点

一张产业订单的价值活动，可以拆成十个节点。每个节点上 AI 能做的事不同，所以先定位，再谈怎么做。



节点 0 · 数据基座　商品数据化（物）＋知识数据化（术）　　A 公司：两层都欠账

■ 主节点　□ 入口节点

- **主节点：05 定价。**决策问题是「报多少、多快报出去」，本质是报价。
- **入口在 07 交易（商品）。**认型号、对规格属于商品这一侧，卡点从这里开始。
- **底座：节点 0 两层都欠账。**商品数据化（型号、规格）的欠账卡住 07；知识数据化（定价经验、非标判断）的欠账卡住 05。

AI 化程度：不是「有没有」，而是「到第几级」

级别	含义	A 公司报价环节
0 无介入	判断和执行全部由人承担	**现在在这里**
1 工具辅助	AI 给信息和建议，人做决定	补齐条件后，标准品小试点的目标
2 流程内嵌	AI 参与决策，规则和人工兜底	现在不谈
3 自主执行	AI 决策并执行，人负责监督	不建议
4 跨主体协同	AI 与外部系统、外部组织直接协同	不建议

> A 公司要回答的不是「上不上 AI 报价」，而是：**标准品的报价资料，能不能先整理到 1 级可用。**从 0 级直接跳到「自动报价」，中间缺的正是节点 0。

为什么不直接做「AI 动态报价」

在定价节点上，AI 常被提到的形态是动态报价。但它的前提是：商品能被准确识别，价格规则和历史成交可查。A 公司这两条都没满足。跳过 07 的商品资料直接做 05 的定价，等于让 AI 在认不准货的情况下报价。所以顺序是：先把 07 入口的商品资料理清，再在 05 做 1 级的报价草稿。

方法来源：申飞「产业 AI 化十节点」框架及节点 0 数据基座（见 Dare to B2B 公众号相关文章）。

05 为什么是「先补条件」

诊断结论只有三类：**适合试点、先补条件、暂不值得投入**。下表把 A 公司的现状放在两头的门槛中间比一比。

判断条件	「适合试点」需要	▲ A 公司现状 → 先补条件	「暂不值得投入」通常是
问题痛不痛	真实、反复出现	**是。**月均约 400 条询盘 示例，老板和销售都在抱怨	问题偶发、量很小
资料 AI 能不能读	型号、规格、价格可查可核	**否。**一物多码、价目表多版本、历史价不在系统	资料补不齐，或补的成本高过收益
规则写不写得下来	大部分能	**部分。**标准品定价能写；非标判断短期写不下来	判断全靠个人、拆不开
有没有人确认、担责	有明确审核人	**有。**审批分级清楚	没人愿意签字
能不能测量	有人工基线	**没有。**要先开始记录	测不了，也不打算测

为什么不是「适合试点」

资料这一项不过关。现在就试点，AI 认错型号、引错价目表，销售要逐项核对。生成快了，返工也多了。最后的结论会是「AI 不好用」，其实是资料没准备好，钱和团队的耐心都白花了。

为什么不是「暂不值得投入」

问题真实、量够；标准品的资料补得起来；审批和人工把关已经在。更重要的是，补资料这件事**本身对公司就有用**：不管以后上不上 AI，新人上手、报价口径统一、老员工请假，都靠这套资料。

所以是「先补条件」

先补标准品的物料和价格资料，同时开始记录耗时；补齐后复核，再决定是否做标准品小试点。非标品留在人手里，先让 W 带人、留记录。

这个结论什么时候会变

如果复核时看到…	结论改为
常用料号抽查无一物多码；价目表只剩一个版本；有 1 个月以上的报价登记和耗时记录 示例	标准品子范围**适合试点**，按第 8 页第 3 步开展
标准品询盘占比很低；或丢单主要因为价格、交期，而不是报价慢	**暂不值得投入** AI；资料整理照做，它本身有用

> **这一类结论，供应商的免费售前很难给出。**供应商卖的是系统，「先回去整理资料」意味着这一单短期做不成。独立诊断不卖工具，才能把这句话说出来。

06 先补底子，再试小的

第 1 步　补标准品的底子（参考 4–6 周 示例 ）

补什么	谁来补	怎么算补好
常用约 2,000 个标准品料号 示例 清一物多码，规格拆成字段	内勤执行，ERP 管理员改字段，L 抽查	抽查无一物多码；规格能按字段筛选
价目表收成一个版本，定唯一维护人	销售总监	全员只用一个版本
报价登记表：从现在起登记每一笔报价，含未成交和特价	各销售，内勤汇总	连续登记，能按客户和料号查
询盘到报价耗时记录	内勤	至少有 1 个月的记录 示例

第 2 步　把一部分经验写下来（与第 1 步后半段并行）

- L 口述客户常用叫法和标准品定价习惯，内勤整理成对照表和规则草稿；
- 每周 1 次、每次不超过 1 小时 示例 ，由销售总监保障时间，不压到下班后。

第 3 步　复核后，决定是否做标准品小试点

- **只做一件事：**AI 读询盘，匹配标准品料号，带出价目表价和历史成交价作参考，生成报价草稿；销售核价后自己发出（1 级，工具辅助）。
- **范围：**1 个产品类别、2–3 名销售 示例 。
- **怎么测：**测试题包含资料齐全的、资料缺失的、版本冲突的三类；留一部分不参与调试的题目做验收；计时包含查找、起草、复核和返工。
- **什么时候停：**销售核对草稿的时间超过手工报价，或出现报价未经确认就发出，立即停。

现在不建议做的事

不做	原因
非标品 AI 报价	非标判断短期写不下来；先让 W 带人、留记录
让 AI 直接对客户发报价	价格出错代价大；所有报价仍由人确认后发出
急着买「AI 报价系统」或大平台	资料不整理，换什么系统都一样难用
把所有文件一股脑丢进知识库	多版本资料进去，AI 只会引用到错的版本

07 哪些事可能让这条路走不通

风险 1　补资料抢的是老员工的时间

L 和 W 本来就最忙。补资料要是变成加班任务，大概率半途而废。需要老板明确：这段时间少给 L 派日常单子。

风险 2　老员工的顾虑

把经验写下来，可能被理解成「准备替代我」。建议老板当面讲清楚：目的是让他们从重复查询里脱身，写下来的经验算他们的贡献。

风险 3　样本有限，结论有边界

本次只看了 20 条询盘、15 个料号 示例，耗时是回溯估算。非标品比例、季节波动都可能改变判断；第 3 步复核时要用实际记录重看。

风险 4　ERP 改字段要看服务商配合

拆规格字段可能需要 ERP 服务商支持，周期和费用待核。

风险 5　价格资料外发

价目表和客户价格都敏感。以后试点如果用外部 AI 服务，先定清楚哪些资料能出公司、谁批准。

还不确定的事 [待核]

- 标准品询盘在全部询盘里的实际占比；
- 丢单里，有多少是因为报价慢，而不是价格或交期本身。

这两点决定小试点值不值得做。第 1 步的报价登记表和耗时记录，会给出答案。如果复核时发现标准品询盘很少、或丢单主要不是因为慢，结论可能改为「暂不值得投入」，这也是正常结果。

A 访谈提纲示例

对象	问什么
老板 开场，约 30 分钟 参考	最想解决的是快、准，还是少依赖人？最近一次因为报价丢单是什么情况？做成什么样算值得？愿意为补资料调出谁的时间？
销售总监	一条询盘从进来到发出，经过谁的手？哪类询盘最慢？审批规则是什么、多久审一次？有没有因为报错价出过问题？
资深报价员	认型号时脑子里在对照什么？客户最常见的几种叫法？价目表和实际报价不一致时听谁的？哪些价格是「心里有数」但没写下来的？
技术主管	哪些非标询盘能很快判断，哪些必须看图？替代型号靠什么判断？这些判断能不能写成几条规则？
采购主管	销售问交期，一般多久能回？在途数据在哪里？哪些供应商的交期最不稳？

B 诊断方法说明

#	步骤	做什么
1	**资格沟通**	确认问题、负责人、材料能不能提供；不合适的当场说
2	**材料核对**	脱敏询盘样本、料号资料、价目表、报价单
3	**访谈**	围绕同一条流程，参考 3–5 人 参考
4	**样本回放**	拿真实询盘逐条走一遍：每一步找谁、查什么、等多久
5	**节点 0 检查与十节点定位**	看资料、规则、责任、系统；定位节点和 AI 化级别
6	**给出结论**	适合试点 / 先补条件 / 暂不值得投入，写明依据和前提
7	**交付**	建议书 PDF＋一次汇报；参考周期 5–10 个工作日 参考

诊断提供决策依据，不包含软件开发、知识库搭建、接口集成、上线部署和维护；诊断结论不以继续购买实施服务为条件。

C 独立诊断和供应商免费售前，差在哪

两者都会来看你的流程，也都会写一份东西。区别在于：谁付钱，结论就对谁负责。

	独立诊断	供应商免费售前
站在谁那边	老板的经营视角：这笔钱花得值不值	供应商的销售视角：方案能不能成交
卖不卖工具	不卖工具，不拿实施提成	售前本身就是卖工具的一环
能不能说「不值得投」	能，这是合格结论之一	很难，结论通常是「可以上」
先看什么	资料、规则、责任人、流程	产品功能和演示效果
交付什么	一份能独立拿去做决定的建议书	方案书和报价单
谁付钱	企业付诊断费，结论只对企业负责	免费，成本最后算进项目里

> 供应商售前不是坏事，选定方向之后，它是必要的一步。独立诊断解决的是更前面的问题：**这件事现在该不该做、先做哪一块。**想清楚了再请供应商来，谈得更快，也不容易被演示带着走。

关于这份样板

- A 公司、L、W 及所有数字均为模拟，用于演示诊断的结构和判断方式，不代表任何真实企业的情况或效果。
- 真实诊断中，结论可能是三类中的任何一类；本样板选「先补条件」，是因为它最常见，也最能说明独立诊断的作用。
- 如果你也有一条「卡在老员工身上」的流程，可以在 Dare to B2B 公众号发送「诊断」，写清行业、流程和卡点。