

Votre contact

Monsieur Virgile CURTIT
03 88 35 35 38

Durée

1 jour
7 heures

Public

Responsables de sociétés, responsables commerciaux, chargés d'affaires, toute personne impliquée dans la démarche commerciale vis-à-vis d'entités publiques

Prérequis

Connaissances de base en informatique (navigation Internet, courriel) et en marchés publics

Effectif

6 stagiaires minimum
12 stagiaires maximum

Moyens pédagogiques et techniques

Apports théoriques, exemples d'applications, travail sur des exemples.

Formateur

Qualifié dans les marchés publics

Suivi et évaluation

Evaluation de la qualité de la formation par les participants, analyse de l'atteinte des objectifs.

Attestation de fin formation

Informations complémentaires

Se munir d'un portable, connaître les données personnelles de l'entreprise (Modèle de facture, Adresse, SIRET, APE.....)
Posséder un ordinateur connecté à internet et un casque audio

Objectifs de la formation

Gagner plus de marchés publics en adoptant une stratégie commerciale pointue, avant, pendant et après les marchés publics

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, le stagiaire doit être en capacité de :

- De trouver et répondre aux grandes règles des marchés publics
- D'anticiper les marchés publics
- Collecter l'information utile
- Détecter les appels d'offre
- Comment communiquer? Les principes de la négociation
- Tirer parti du succès/ améliorer la démarche commerciale ultérieure

Contenu

Avec plus de 120 milliards d'euros de commandes par an en France, l'État, les organismes territoriaux et les hospitaliers sont le premier client des entreprises. Ils signent des commandes sous forme de marchés publics dans 71% des cas, 87% des montants. Et les TPE/PME en bénéficient aussi puisque qu'en 2010, 39% des marchés publics ont été remportés par des entreprises inférieures à 250 salariés.

Mais avec la crise, la compétition entre entreprises françaises s'accroît... et des entreprises étrangères viennent également en France entrer dans la compétition !

Il faut donc apprendre à se démarquer : connaître les méthodes pour approcher les entités publiques et se faire connaître ; apprendre à repérer les projets publics pouvant concerner sa société le plus en amont possible ; savoir récupérer les informations utiles sur les marchés passés similaires ou les marchés récurrents ; savoir dialoguer avec les entités publiques pendant la phase de préparation de l'appel d'offres ; être informé du lancement d'appels d'offres qui potentiellement peuvent concerner votre société ; maîtriser les clés de la communication avec les entités publiques pendant la phase de consultation ; savoir négocier avec les entités publiques ; tirer parti des appels d'offres échus pour améliorer la démarche commerciale ultérieure.

La vocation de cette formation très opérationnelle est de proposer une stratégie commerciale opportuniste et adaptée aux marchés publics.

1. Rappel sur les marchés publics

- Les grandes règles
- Comment les trouver et y répondre

2. Comment « entrer » dans les marchés publics, comment se faire connaître, comment faire connaître ses produits, ses prestations, ses services... AVANT un marché public

- Comment anticiper les Marchés Publics (veille sur les projets, communication et analyse des budgets ...)?
- Collecter l'information utile (historique d'un marché, concurrence, pricing, modalités décisionnelles ...)
- Comment détecter les appels d'offres dès leur lancement (services de veille, gratuits / payants ...)?

3. Pendant un Marché public

- Comment décrypter les RC / CCAP / CCTP relativement aux risques et avantages commerciaux ?
- Comment communiquer pendant la phase de consultation ? Les droits et les devoirs des partis
- Les principes de la négociation avec les entités publiques
- Tout le commercial qu'on peut faire en sus...

4. Après un Marché public

- On gagne : comment tirer parti du succès pour vendre plus (à la même entité / aux entités similaires) ; faire du business additionnel facilement ! réseauter et communiquer !
- On perd : que faire pour récupérer des informations utiles en vue d'améliorer la démarche commerciale ultérieure ? que faire pour préparer un futur plus rose...

