

Votre contact

Christelle COUE-ROBELIN
05 49 61 20 66
couec@poitou.ifrb.fr

Durée

1,00 jour(s)
7:00 heures

Public

Responsables d'entreprise du Bâtiment, responsables commerciaux, chargés d'affaires, plus généralement toute personne impliquée dans le montage de la réponse à marchés publics.

Pré-requis

Être en relation directe avec les prospects et les clients publics.

Moyens pédagogiques et supports

Méthode pédagogique dite active.
Les méthodes pédagogiques utilisées sont basées à la fois sur des apports théoriques, mais aussi sur des échanges.

Supports vidéoprojetés.

Utilisation d'exemples de documents administratifs et commerciaux de co-traitance et sous-traitance

Exemples écrits et à écrire de documents à remplir et utiliser.

Utilisation de quiz, tests, questions-pièges, contrôles de connaissances par questions test, etc.

Profil de l'intervenant

L'intervenant dispose d'une expérience de plus de 20 ans en entreprise (PME et grand groupe). Il est également présent dans les conseils d'administration d'entités publiques et d'associations.

A ce titre, il a répondu à de nombreux marchés publics, réalisé des cahiers des charges et participé à des ouvertures de plis, comités de sélection... Il a acquis une solide expérience de la réponse à appels d'offres jusqu'à la gestion de projets publics.

Informations complémentaires

Objectifs de la formation

Gagner plus de marchés publics, grâce à une stratégie commerciale opportuniste et adaptée

Objectifs pédagogiques

Approcher les entités publiques et se faire connaître

Repérer, en amont, les projets publics susceptibles de concerner l'entreprise

Récupérer les informations utiles sur les marchés passés similaires ou les marchés récurrents

S'informer du lancement d'appels d'offres

Communiquer/négocier avec les entités publiques

Avec plus de 120 milliards d'euros de commandes par an, l'État, les organismes territoriaux et les hospitaliers constituent le premier client des entreprises du Bâtiment. Ils signent des commandes sous forme de marchés publics dans 71% des cas, soit 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. Cependant, avec la crise, la compétition entre entreprises françaises s'accroît... sans compter l'arrivée de la concurrence étrangère ! Il faut donc apprendre à se démarquer !

Contenu

1. Rappel sur les Marchés Publics (1h)

- Les grandes règles
- Comment les trouver et y répondre ?

2. Comment « entrer » dans les Marchés Publics, se faire connaître, faire connaître ses produits, ses prestations, ses services... AVANT un Marché Public (2h)

- 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 (2,5 h)

- Comment décrypter les RC / CCAP / CCTP, s'agissant notamment des risques et avantages commerciaux ?
- Comment communiquer pendant la phase de consultation ? Les droits et les devoirs des parties
- Les principes de la négociation avec les entités publiques
- Toute la démarche commerciale que l'on peut mener en sus...

4. Après un Marché public (1,5 h)

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

Critères et modalités d'évaluation

A l'issue de la formation, les participants seront invités à évaluer les apports de la formation et l'atteinte des objectifs pédagogiques à l'aide d'un questionnaire

