

Marchés publics & pratiques juridiques

Marchés publics

Nos classes virtuelles

Marchés publics

MAÎTRISER L'APPROCHE COMMERCIALE EN MARCHÉS PUBLICS

2 jours - 14 heures

Num. 27208



Public concerné

Toute personne intervenant sur une réponse ou le suivi d'un marché.

OBJECTIF

- A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de développer une stratégie de réponse aux marchés publics.

Prérequis

- Connaissance de la réglementation liée à la commande publique.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux stratégiques et commerciaux des marchés publics.
- Détecter les opportunités et comprendre les besoins/attentes des acheteurs.
- Savoir se faire connaître.
- Elaborer une stratégie de réponse.
- Maîtriser la négociation dans les différentes procédures.
- Transformer un rejet d'offre en opportunité.

IPTIC-Numéro Déclaration d'Activité : 11 75 48018 75 - <https://iptic.fr/>

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Support de cours (Tableau, Powerpoint,...).
- Exercices et études de cas.
- Débats, échanges et retours d'expériences avec les formateurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS

- QCM d'évaluation noté en fin de session pour validation des acquis.

Validation

- Feuilles d'émargement individuelles et attestation de formation.

1 - Accueil :

Tour de table

Attentes des participants

Présentation des objectifs et du programme de formation.

2 - Comprendre les enjeux stratégiques et commerciaux des marchés publics :

Les différentes catégories de pouvoirs adjudicateurs :

Adapter son approche commerciale et packager ses prestations en fonction de ses cibles au regard de ces différences :

- 3 catégories d'acheteurs, 5 réglementations.
- Les différences de régime concrètes.
- Les intérêts pour les opérateurs économiques de la distinction.

Pratiques d'achat du donneur d'ordre et circuit de décisions :

Savoir à qui s'adresser en cours de procédure :

- L'organisation de l'achat public: quels interlocuteurs pour les sociétés ?

Planifier le phasage d'un marché public selon la procédure :

- Le circuit de décisions: quelles conséquences pour les candidats ?

Les pratiques et tendances de la commande publique :

Être à jour et connaître les particularités des marchés publics sur son secteur d'activité :

- Adapté à l'actualité - à titre d'exemple : les clauses sociales et environnementales, le DUME, les dispositions « COVID », La loi ASAP.

3 - Détecter les opportunités et comprendre les besoins/attentes des acheteurs :

Organiser et suivre la veille en amont :

Gagner en temps et en pertinence sur la détection des annonces :

- La diversité des supports de publication.
- Comment choisir ses supports de publication.

Exploiter tous les moyens de rentrer dans la commande publique :

Exploiter le BOAMP dans sa version "habituelle", et dans ses versions « cachées » :

- Comment exploiter au maximum les outils de veille.
- L'utilisation du BOAMP comme outil de veille concurrentielle.
- L'utilisation du BOAMP comme outil de veille partenariale.
- L'utilisation du BOAMP comme outil de recherche de contacts.
- L'utilisation du BOAMP comme outil de recherche contrats de sous-traitance.

Choisir la meilleure stratégie pour répondre/ évaluer les risques :

Analyser l'environnement et le potentiel "marketing" de l'entreprise. **Dernière mise à jour : 04/03/2024**

- Approfondissement de la veille concurrentielle.
- La réforme de l'open data.

4 - Savoir se faire connaître :

Le Sourcing :

Comprendre le déroulement des phases "amont d'une procédure" :

- Le contenu de la réforme de 2016.

Savoir comment être "sourcé" par l'acheteur et connaître le discours à tenir face à lui, ses attentes :

- Les méthodes de Sourcing mises en œuvre par les pouvoirs adjudicateurs.
- Les stratégies pouvant être mises en place par les candidats.

5 - Elaborer une stratégie de réponse :

Méthodologie de constitution d'un mémoire technique :

Détecter les attentes de l'acheteur et savoir y répondre exactement.

Gagner du temps dans l'élaboration.

Casser les idées reçues sur l'analyse des offres.

Travail sur le contenu d'un mémoire technique :

Connaître les thématiques les plus souvent attendues de l'acheteur.

Connaître le type de contenu attendu pour chacune de ces thématiques.

Adapter et organiser son mémoire technique en conséquence.

Acquérir une méthode de rédaction :

- Le sommaire, l'introduction, la description de l'entreprise, la compréhension du besoin, les adaptations de l'offre.
- La partie technique détaillée
- Les aspects humains et matériels
- La qualité et le contrôle; les certifications, les labels, les normes
- Les plannings et les délais de réalisation
- Les autres éléments : l'environnement, le social, l'hygiène, la sécurité.

D'autres alternatives pour se différencier :

Acquérir une méthodologie de constitution des dossiers.

- Le montage du mémoire technique sous l'angle méthodologique.

Maîtriser le régime des variantes.

- Les variantes.

6 - Maîtriser la négociation dans les différentes procédures :

Les aspects de la négociation :

Mener ses négociations avec succès :

- Les cas de recours à la négociation.
- Les formes de la négociation.
- Se préparer à négocier.
- Le déroulé et le contenu de la négociation.

7 - Transformer un rejet d'offre en opportunité :

Organiser la veille aval et gérer un rejet de l'offre :

Rédiger un courrier de demande de motifs de rejet :

- La notification de rejet
- Le courrier de demande de motifs de rejet

Connaître la liste des éléments communicables aux entreprises évincées :

- La réglementation en vigueur et le rôle de la CADA.

Savoir interpréter les motivations de l'acheteur **Dernière mise à jour : 04/03/2024**

- La distinction entre ce qui relève de la pertinence de ce qui relève du degré de précision.

Prendre les décisions de repositionnement en conséquence.

La relation avec l'acheteur en cas de rejet :

Tirer des enseignements de ses échecs et se repositionner efficacement :

- Quand recontacter un acheteur public.
- Les marges de manœuvre offertes au pouvoir adjudicateur.
- Les avantages à tirer pour le candidat évincé.

8 - Conclusion

Savoir comment s'inscrire dans la durée :

- Devenir un partenaire de l'Administration
- L'avenir de la commande publique.

9 - Évaluation

Validation des acquis

Evaluation de satisfaction des stagiaires.

TARIF PUBLIC : 856,00 € H.T.

TARIF ATLAS : 764,40 € H.T.