

Approche stratégique et commerciale des marchés publics

Programme de formation – Modalités pédagogique

➔ PRÉ-REQUIS

- Professionnels ayant remporté des marchés publics, mais connaissant un faible taux de succès lié à une méconnaissance des mécanismes commerciaux.

➔ OBJECTIFS

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

➔ ÉVALUATION ET VALIDATION

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

PUBLIC CONCERNÉ

- Directeurs, Ingénieurs, Chargés d'affaires, Responsables juridiques, Dirigeants de TPE/PME.

DURÉE

- 1 jour – 7 heures.

COÛT

- Inter-Entreprises : **550,00 € HT**
- Intra-Entreprise : **Nous consulter**

EFFECTIF

- Minimum : 4 personnes.
- Maximum : 10 personnes.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Présentiel ou classe virtuelle : pédagogie active et expositive.
- PowerPoint. Quizz. Études de cas. Cas pratiques. Échanges croisés.



Nous mettons tout en œuvre pour **rendre accessible nos formations aux personnes en situation de handicap**.

Afin d'établir les modalités d'adaptation nécessaires, **merci de nous contacter en amont de toute inscription**.

PROGRAMME

1. Qui est là ?

Objectifs opérationnels : Présentation du formateur et des stagiaires

- Entreprises, parcours, attentes

2. Comprendre les enjeux stratégiques et commerciaux des marchés publics

Objectifs opérationnels : Affiner son positionnement

- Les différentes catégories de pouvoirs adjudicateurs et entités adjudicatrices
- Le déroulé d'une procédure
- Les grands principes de la commande publique
- Les seuils, et les conséquences en matière de publicité et de procédures
- L'accès aux "petits marchés"
- Les différents contacts

3. Détecter les opportunités et comprendre les besoins/attentes des acheteurs

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

- Explorer les différentes plateformes de dématérialisation
- Exploiter le BOAMP et le JOUE; veille commerciale et veille concurrentielle
- Définir sa stratégie de prospection
- Décrypter un avis d'appel public à la concurrence
- Identifier et analyser les principales clauses d'une publicité

4. Savoir se faire connaître

Objectifs opérationnels : Se donner les moyens d'être en amont du lancement du marché

- Le cadre réglementaire du sourcing
- Exploiter le potentiel des plateformes de dématérialisation et optimiser son référencement
- Le cas spécifique de projets-achats.marchés-publics.gouv.fr
- Les droits et devoirs des acheteurs lors du sourcing
- Quels thèmes aborder et que ne pas dire?

5. Maîtriser la négociation dans les différentes procédures

Objectifs opérationnels : Connaître les spécificités de la négociation en marchés publics, notamment par opposition aux marchés privés

- Les cas de recours à la négociation
- Les formes de la négociation
- Se préparer à négocier
- Le déroulé et le contenu de la négociation
- L'étendue et la limite de la négociation, selon les procédures (MAPA, procédure négocié, concours)

6. Transformer un rejet d'offre en opportunité

Objectifs opérationnels : Se placer dans une logique d'amélioration continue

- Quand recontacter un acheteur public
- Rédiger sa lettre de demande de motifs de rejet
- Les marges de manœuvre offertes au pouvoir adjudicateur
- Interpréter les retours de l'acheteur
- Se repositionner

7. Conclusion, Evaluation

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