

Stage pratique de 2 jour(s)
Réf : VAP

Participants

Directeurs d'entreprises, directeurs commerciaux, ainsi que tous collaborateurs appelés à formuler une offre commerciale auprès d'un acheteur public.

Pré-requis

Aucune connaissance particulière.

Prix 2021 : 1390€ HT

Dates des sessions

CLASSE A DISTANCE

13 sep. 2021

PARIS

13 sep. 2021

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

- A l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui

Vendre aux acheteurs publics

Formuler une offre commerciale auprès d'un acheteur public nécessite de connaître les spécificités, l'organisation et la législation propre au secteur public. En maîtrisant ces éléments, vous saurez vous référer plus efficacement et augmenterez vos chances de succès dans les marchés publics.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Maîtriser les grands principes d'organisation et le fonctionnement des organismes du secteur public
Comprendre les obligations légales et réglementaires en matière d'achats publics
Identifier les interlocuteurs clés et connaître leurs rôles et responsabilités
Proposer des offres pertinentes et adaptées aux besoins des organismes publics

1) Rappels sur la réglementation des marchés publics

2) Connaître l'organisation et le fonctionnement de l'administration

3) Connaître les différents services publics

4) Identifier les différents acteurs et leurs rôles

5) Comprendre l'organigramme de l'acheteur public

6) Se référer auprès de l'acheteur public

7) Se différencier de ses concurrents

8) Lire et exploiter les pièces définitives du marché

Travaux pratiques

Exercices pratiques, échanges interactifs et débats.

1) Rappels sur la réglementation des marchés publics

- Les grands principes de la commande publique.
- Les procédures permettant de négocier avec les acheteurs.
- Les conditions d'accès des entreprises aux marchés publics.

Exercice

Identification des facteurs clés d'une négociation efficace.

2) Connaître l'organisation et le fonctionnement de l'administration

- L'organisation et le fonctionnement hiérarchique des services.
- L'organisation de la Direction des achats et de la commande publique.
- Le rôle de la commission d'appel d'offres.

Etude de cas

La composition et le fonctionnement de la commission d'appel d'offres.

3) Connaître les différents services publics

- Les ministères et services déconcentrés de l'État, les opérateurs de l'État.
- Les régions, les départements, les communautés et les communes.
- Les satellites des collectivités territoriales.
- Les centres hospitaliers locaux, régionaux et universitaires.

4) Identifier les différents acteurs et leurs rôles

- Le rôle et l'impact des élus.
- La mission de la direction des marchés publics.
- Le rôle du technicien et de l'acheteur technique.
- Le rôle du comptable public.

Exercice

Echange et débat avec les participants sur le rôle clé de l'acheteur public.

5) Comprendre l'organigramme de l'acheteur public

- Identifier vos interlocuteurs clés.
- Connaître le contexte politique.
- Maîtriser les missions de service public de l'acheteur.

6) Se référer auprès de l'acheteur public

- Adapter sa communication en fonction des spécificités du secteur public.
- Connaître les techniques de négociation, construire un relationnel et l'entretenir.
- Connaître les limites réglementaires à la négociation.

7) Se différencier de ses concurrents

- Etre force de proposition et être innovant.
- Proposer une offre technique supérieure.

est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

- Proposer le "prix juste".

8) Lire et exploiter les pièces définitives du marché

- Le rapport d'analyse des offres.
- Le rapport de présentation.

Exercice

Comprendre l'élaboration du tableau d'analyse des offres par l'acheteur public.