

GERER ET GAGNER UN APPEL D'OFFRES PRIVE GRANDS COMPTES - 3 JOURS

Généralités sur les appels d'offre

- Définir les missions de l'acheteur au sein de son entreprise.
- Définir un appel d'offres et comprendre les raisons de l'émission de celui-ci.
- Distinguer les différentes composantes de l'appel d'offres.
- Comprendre les différents enjeux d'un appel d'offres.
- Distinguer les acteurs afférents à cet appel d'offres et identifier leurs besoins.

L'appel d'offres Grand Compte : analyser avant d'agir

- Analyser la pertinence de se positionner sur l'appel d'offres : Go No Go ?
- Analyser le cahier des charges défini dans l'appel d'offres.
- Analyser les enjeux des deux partis : la cellule achat, l'entreprise prestataire

L'appel d'offres Grand Compte : la mise en action

- Analyser le cahier des charges.
- Comprendre les besoins et les attentes de la cellule achat.
- Cartographier le processus de décision et d'identifier les différents acteurs de la cellule achat.
- Définir la stratégie de conquête.
- Définir l'équipe projet et le rétroplanning pour gagner l'appel d'offres.
- Fédérer l'équipe interne pour l'objectif commun du gain du marché.

L'appel d'offres Grand Compte : la rédaction du mémoire technique et commercial

- Construire un mémoire technique structuré en réponses aux besoins exprimés ou non de la cellule achat : le sommaire, l'introduction, la description de l'entreprise, la compréhension du besoin, la description du service proposée, le résumé.
- Optimiser son mémoire technique pour une proposition différenciante.
- Personnaliser son offre grâce aux informations récoltées.

L'appel d'offres Grand Compte : la soutenance

- Comprendre les enjeux de la soutenance et de la communication orale.
 - Pourquoi l'exercice de la soutenance existe ?
 - Quels sont les pièges à éviter.
 - Quels sont les mots à utiliser.
 - La gestion des motivations du client : le "SONCASE".
- Préparer un support de soutenance (avec PowerPoint, Prezi...) adaptée et efficace :
 - En évitant tous les pièges de PowerPoint : syndrome du bon élève, syndrome de l'expert...
 - En optimisant l'efficacité du document qui sera au service de l'orateur.
- Constituer l'équipe chargée de défendre le projet.
- Comprendre et de gérer son stress avant la prise de parole.
 - Les différents types de stress.
 - Comment y répondre ?
 - Comment se préparer ?
- Défendre son offre devant un comité d'acheteurs et de répondre ensuite sereinement aux différentes questions en se concentrant sur différents points :
 - La gestion des slides et du vidéoprojecteur.
 - La gestion du minutage et du rythme.
 - Le storytelling.
 - L'introduction et la conclusion.
 - L'attention de ses interlocuteurs.
 - La force de l'émotion et la réponse aux attentes et aux besoins de la cellule achat.
- Répondre aux questions des acheteurs, notamment les questions "difficiles"
- Recevoir du "feedback" pour préparer la suite de la négociation.

L'appel d'offres Grand Compte : après la soutenance, la négociation se poursuit	
<ul style="list-style-type: none">▪ Poursuivre et finaliser la négociation dans la continuité de la soutenance.▪ Identifier les qualités de l'offre remise pour optimiser la suite de la négociation.▪ Négocier les derniers éléments (prix, délais de paiement, délais de livraison...) avant contractualisation.	
L'appel d'offres Grand Compte : le marché est gagné	
<ul style="list-style-type: none">▪ Mettre en place les mesures pour un partenariat de qualité.▪ S'appuyer sur le contrat signé pour développer son réseau de prospects.	
Fin de la formation	