

## VENDRE AU SECTEUR PUBLIC

### **Contexte :**

PME-PMI disposant d'un portefeuille client du secteur public ou souhaitant se développer sur ce secteur.

### **Objectif :**

Apprendre à définir les éléments de prospection et de vente, de systèmes, de solutions, de services ou de conseils au secteur public.

Acquérir la compétence pour qualifier les appels d'offres, et identifier puis hiérarchiser les avantages concurrentiels.

### **Résultat attendu de la formation :**

Construire une stratégie efficace pour obtenir ces marchés.

Gagner du temps sur la réalisation des dossiers de candidature.

Construction et d'une boîte à outils et astuces pour son marché cible.

### **Public concerné :**

Les équipes commerciales, commerciaux itinérants ou sédentaires et responsables, chargées du développement de l'activité Marché Public.

### **Schéma de mise en œuvre et méthode :**

Les attentes de chaque participant sont au préalable.

Assistance et suivi des stagiaires sur 6 mois par téléphone ou mail.

#### **Phase 1 : Les marchés Publics**

Objectif : Quels sont différents marchés. Apprendre à identifier les marchés cibles de son entreprise.

#### **Phase 2: La vente au secteur public et son enjeu**

Objectif : Connaître les mécanismes de ces marchés et identifier les enjeux de chaque acteur.

Module 1 : Vendre au secteur public : quels sont les avantages ?

Module 2 : Le processus du marché public

Module 3 : Les différents marchés ou contrats

Résultats et validation : Valider sa stratégie commerciale sur ce marché

#### **Phase 3 : Réglementation**

Objectif : Connaître les règles et procédures des marchés publics

Résultats et validation : Maîtrise de l'espace temps pour répondre à un marché public et de l'espace documentaire

#### **Phase 4 : Marketing des marchés publics**

Objectif : Se faire connaître, identifier les sources et ressources pour amener à bien les investissements commerciaux.

Résultats et validation : Augmenter le nombre de marchés gagnés ou augmenter la marge commerciale.

**Phase 5 : Démarche commerciale**

Objectif : Maîtriser l'espace réservé à la promotion de son offre.

Résultats et validation : Réaliser en coproduction les appels d'offres.

**Phase 6 : Suivi et recours**

Objectif : Suivre les dossiers déposer et maîtriser les moyens de recours.

Résultats et validations : Assurer un retour sur investissements des équipes commerciales.

**Phase 7 : Les aspects financiers**

Objectif : Maîtriser les mécanismes financiers.

Résultats et validations : Suivre les délais de paiement et se faire payer.

**Ressources nécessaires :**

Bureau  
Salle de réunion  
Groupe limité à 10 personnes

**Outils de référence :**

Présentation et exposé  
Classeur support de référence  
Code des marchés  
Suivi après session de formation

**Durée :**

Inter entreprise : 1 journée  
Intra entreprise : 1 journée + étude de cas spécifique au secteur de l'entreprise.