

Expertises

Stratégie

Appel d'offres public : 5 étapes

Les règles du jeu pour décrocher un marché public sont strictes. Pour vous attaquer aux collectivités et aux services de l'État, il est indispensable de vous y conformer. À la clé, une source de business importante pour développer votre chiffre d'affaires et un bon moyen d'asseoir votre légitimité.

Par Gaëlle Jouanne



Se faire connaître des acheteurs publics

Sur le papier, toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, ont leur chance. Mais il faut se montrer malin... Certaines cibles vous intéressent particulièrement (villes, départements, régions et organismes)? N'attendez pas la publicité de l'appel d'offres. Thierry Craye, directeur du cabinet de conseil et de formation OptiVente et auteur d'*Appels d'offres: la stratégie gagnante pour les gérer et les remporter*, recommande de prendre les devants pour distancer ses concurrents. « Sollicitez les services achats concernés, lance-t-il. Faites valoir votre aide potentielle (économie pour le client, gain en qualité, réduction des délais, etc.) et évitez de justifier cet

entretien par une présentation de vos produits ou services. » En effet, dans le premier cas, vous "apportez" une solution; dans le second, vous êtes "demandeur". Objectif: instaurer un climat de confiance propice à

une relation commerciale bénéfique. Ce travail d'approche vous permet d'être identifié comme fournisseur potentiel pour les consultations futures et d'avoir un retour immédiat sur votre offre (pour éventuellement l'adapter en conséquence). Autre intérêt de la manœuvre: « Influencer en amont la définition d'un cahier des charges à votre avantage, en valorisant vos atouts. » Ne vous découragez pas si vous n'obtenez pas de rendez-vous

ou si vos ressources ne vous permettent pas de vous engager dans une démarche de prospection active. « Il arrive que les acheteurs aient déjà entendu parler de vos prestations par les membres de leur réseau ou que votre réputation vous précède », pointe Aurélien Tourret, directeur asso-

« Influencer en amont la définition d'un cahier des charges à votre avantage. »

Thierry Craye, directeur d'OptiVente

cié de Caneva, société spécialisée en conseil et expertise sur les marchés publics. La notoriété fait gagner des points mais n'est pas décisive: la qualité de l'offre pèse dans la balance.

pour l'emporter

3 Sélectionner les appels d'offres

Thierry Craye (OptiVente) est formel: «*L'approche intuitive est à bannir!*» Inutile de courir un lièvre uniquement parce qu'il est gros ou parce qu'il se distinguerait dans votre tableau de chasse. Mieux vaut se concentrer, selon lui, sur les appels d'offres que vous avez réellement une chance de remporter, là où votre avantage concurrentiel est évident. Il s'agit de privilégier la qualité à la quantité. Pour Aurélien Tourret (Caneva), le tri est à effectuer en fonction de critères con-

crets: l'adéquation entre votre offre, les attentes du donneur d'ordres et le calendrier de réalisation, notamment. Lister vos forces et faiblesses par rapport à l'offre présentée (spécialisation, moyens humains, localisation) vous permet d'évaluer votre capacité de succès et de restreindre votre champ d'action aux marchés sur lesquels vous avez une carte à jouer. «*Mieux vaut ne pas répondre à un appel d'offres plutôt que de proposer un dossier faible qui vous "grillera" auprès d'un acheteur*», affirme

l'expert. Savoir quel concurrent est sur le coup s'avère fort utile au moment de prendre la décision de participer ou non. Alors, ne négligez pas d'interroger votre réseau sur la question.



«**Mieux vaut se concentrer sur les appels d'offres que vous avez une chance de remporter.**»

Thierry Craye,
directeur d'OptiVente

5 Gérer l'après consultation

Une fois le dossier envoyé, se ronger les sangs des jours durant ne fera pas avancer l'affaire. Thierry Craye (OptiVente) conseille plutôt de se monter proactif: passez un petit coup de fil auprès de l'acheteur pour vérifier que la candidature a bien été reçue et demandez-lui ses premières impressions, pour commencer. C'est le moment, également, de proposer de répondre à des questions supplémentaires par téléphone ou lors d'une courte présentation orale. «*Généralement, l'appelant essuie un refus, mais son interlocuteur ne peut que remarquer sa motivation*», souligne Aurélien Tourret (Caneva).

Les collectivités sont tenues par la loi de motiver leur choix final. Toutefois, un laconique "votre offre ne répond pas au mieux aux exigences" ne vous sera pas d'une grande aide. Vous pourrez tout à fait, dans une optique d'amélioration de vos performances, insister pour obtenir des détails en envoyant une lettre recommandée avec accusé de réception.