FICHE 6 | Mettez en place une stratégie commerciale adaptée aux marchés publics

En complément de la veille qui va vous permettre d'identifier les marchés pour lesquels vous pourriez être candidat, il est essentiel d'adopter une **approche commerciale spécifique vis-à-vis du secteur public** et différente de la démarche utilisée pour vos prospects privés.

CONSEIL – Faites-vous référencer !

Pour les procédures simples notamment (marchés inférieurs à 25 000 euros), pour lesquelles aucune publication officielle n'est imposée, il est essentiel de pouvoir être référencé en amont par l'acheteur public afin d'être spontanément consulté lors de la passation de marchés.

Identifiez les orientations stratégiques de l'acheteur public ①

- Pour déceler les arguments susceptibles de vous démarquer dans votre dossier de réponse.
- Pour anticiper les besoins de l'acheteur et être convaincant lors de votre entretien commercial.

Pour cela, suivez la politique mise en place par l'acheteur, et accédez aux données budgétaires pour connaître le niveau de dépenses et d'investissements de l'année à venir et des années passées.

Le + du SBA RÉUNION

Les acheteurs publics signataires du SBA Réunion ont pris l'engagement de communiquer aux entreprises réunionnaises leurs prévisions d'achats pour l'année à venir.

Ces informations doivent vous permettre d'avoir une vision annuelle des marchés que l'acheteur envisage de passer, notamment les volumes d'achats et les compétences recherchées. Elles vous permettront de planifier votre activité, et le cas échéant de vous préparer au mieux à répondre aux marchés que vous ciblez.

Identifiez vos interlocuteurs ②

Comprenez comment est organisée la fonction achat au sein des structures des acheteurs publics et identifiez les interlocuteurs liés à votre secteur d'activité (les élus, les techniciens, les administratifs).

Approchez le juste prix ③

Dans le cadre de marchés renouvelés périodiquement (exemple : prestations de nettoyage, achats de fournitures...), vous pouvez obtenir le montant de la précédente attribution sur simple demande auprès de l'acheteur. Cette information vous permettra de positionner votre offre de prix par rapport au marché précédent.

INFORMATION – Attention, uniquement le montant du prix global et forfaitaire est communicable, une offre à prix unitaires ne l'est pas.

Faîtes-vous connaître en amont de la passation des marchés ④

Contactez vos interlocuteurs et rencontrez les personnes en charges des achats dans votre secteur d'activité, afin de présenter votre savoir-faire, mais aussi de mieux cerner les besoins et les attentes de l'acheteur. Laissez-leur de la documentation sur votre entreprise (plaquette...).
Participez aux évènements permettant de vous rendre visibles auprès de vos cibles : salons, tables-rondes, évènements organisés par l'acheteur...

Le + du SBA RÉUNION – La Journée du territoire

Les acheteurs publics signataires du SBA Réunion ont pris l'engagement d'organiser chaque année une Journée du territoire pour que les entreprises puissent mieux comprendre leur politique d'achat. Au cours de cet évènement, l'acheteur public présente aux entreprises ses orientations en matière d'achats, ainsi que son prévisionnel de marchés. Il propose également aux entreprises de rencontrer ses services, afin qu'elles puissent poser leurs questions en matière d'accès aux marchés de la collectivité.

L'acheteur public peut également profiter de ce moment pour mettre en place un référencement des entreprises : il améliore ainsi sa connaissance du tissu économique local, et peut consulter les entreprises de cette base lorsqu'il recherche des compétences locales dans le cadre d'une passation de marché.

Pour mettre toutes les chances de votre côté, échanger en direct avec les personnes clés des collectivités sur leurs attentes et leurs projets, participez aux Journées du territoire du Conseil Régional, du Conseil Général, de la CINOR, du TCO, des Mairies de St Denis, de Petite-Ile, de St Paul, du Port, de St Leu, de La Possession de la SIDR, du CHU, de la SODIAC, de l'Aéroport Roland Garros.

Suivez le parcours de votre candidature chez l'acheteur public ⑤

N'hésitez pas à contacter l'acheteur pour en savoir plus sur la date de tenue de la commission d'appel d'offres, sur ce qu'il pense de votre mémoire technique et de l'ensemble du dossier…

Analysez le résultat ⑥

Cherchez à comprendre le résultat de l'appel d'offres en questionnant l'acheteur. Tirez-en des enseignements et identifiez les leviers d'amélioration de votre offre dans le cadre de futures réponses.