

Appels d'offres – Fiche pratique N° 4

3 actions gagnantes après la remise de la réponse

Les dés sont-ils jetés sans aucune latitude, une fois l'offre remise ? Dans le cas d'appels d'offres publics non négociés, vous ne pourrez en effet plus rien faire. Dans tous les autres types d'appels d'offres, donc les consultations d'entreprises privées et les appels d'offres publics – négociables – la course n'est pas encore terminée. Les acheteurs proclament qu'en moyenne le poids de « l'après réponse » dans leurs décisions intervient pour 22%, pourcentage suffisamment significatif pour faire la différence entre les propositions les mieux classées. (Pour mémoire la proposition écrite intervient pour 30%, cf. Fiche pratique 3 et 48% pour les actions avant la sortie du cahier des charges, cf. fiche pratique 2).

Que peut-on alors faire ?

- Les entreprises dépensent souvent beaucoup d'énergie pour la réponse, et beaucoup d'entre-elles attendent d'être contacté par l'acheteur. Cette attitude passive coute des poids précieux, face aux concurrents qui ont une démarche proactive. Si vous n'avez pas remis la proposition écrite en mains propres (recommandée), appeler pour vous assurer qu'elle est parvenue à bonne destination.
- Proposer une rencontre brève** Saisissez cette occasion (téléphone ou lors d'une remise en face à face) pour proposer votre aide dans la lecture de votre offre. Vous pourrez évoquer à juste titre qu'une présentation de 15 à 30 mn permettra de faire gagner du temps pour la compréhension de vos solutions.
- Sur la forme d'approche, exprimer avec sincérité votre volonté d'aide, sans chercher à « forcer » le rendez-vous. Cette démarche sera toujours bien perçue, même en cas de refus de rendez-vous. Bien d'autres prétextes sont possibles pour obtenir un rendez-vous.
- A défaut d'obtention de rendez-vous demander par exemple quelles sont les premières impressions sur votre offre, ou encore quels sont les éventuels points à éclaircir ? Vous n'obtiendrez pas toujours de réponse, mais la seule certitude est que si vous ne demandez rien, vous n'obtiendrez rien.
- Si vous avez la possibilité de présenter physiquement votre solution par un show room, ou une visite chez un de vos clients, ne vous en priver pas.
- Tactique pour la rencontre** Proposer en début d'entretien de poser quelques questions pour adapter votre présentation sur le plus important pour vos interlocuteurs. Cette démarche est souvent acceptée, et vous permettra de sonder la perception de votre offre, et donc de mieux vous adapter. Les questions limitées en nombre (2 à 5), doivent être prévues avant votre rendez-vous. Par exemple, « *quels points de la proposition souhaiteriez-vous approfondir ? ou encore que pensez-vous de notre solution ?* ».
- Quoi qu'il en soit, ayez de prêt une présentation visuelle de type Powerpoint. Vous aurez ainsi par sa conception réfléchi aux points essentiels à valoriser, ce support permettra aussi à vos interlocuteurs de mieux vous comprendre et mieux mémoriser.
- Préparer votre présentation** Cette présentation doit être minutée : 10 à 20 mn pour un rendez-vous d'une heure, à pratiser suivant le temps effectif accordé. Quelques entreprises performantes vont jusqu'à répéter en interne cette présentation, avant le jour du grand oral. D'expérience cette répétition est vitale, surtout pour les experts techniques dont la première qualité est autre en général que l'expression orale. Lorsque vous êtes plusieurs interlocuteurs intervenant, ces répétitions permettront aussi de vous coordonner : Imaginez la confiance qui restera de vos acheteurs si lors de questions posées, par exemple vous vous regardez pour savoir qui va répondre. Ces pièges de l'oral sont facilement anticipés et parés dès lors que vous aurez effectué au moins une simulation. Le temps à prévoir ? 1 à 3 heures. Ce temps est souvent négligeable par rapport au temps consacré pour bâtir la réponse.

A quoi sert de proposer un moteur de Ferrari si la carrosserie présentée ne brille pas ?

Ces 3 types d'actions, loin d'être exhaustives, sont outillés dans le livre « *stratégies gagnantes pour les appels d'offres* » Edition CHIRON-2007. » Tous ces outils concernent d'ailleurs autant les appels publics que privés.

Avril 2008

A propos de l'auteur : Thierry CRAYE

Créateur du cabinet OptiVente (www.optivente.com) conseil et formation en développement commercial, dont une spécialisation unique : Les réponses aux appels d'offres privés et publics.
Coach Certifié – ESSEC, Cycle création d'entreprise – Ingénieur ENSEA.

Contact: craye@optivente.com 01 46 89 07 32