Travailler en mode projet pour réussir sa réponse à un appel d'offres

INTRA

Organisez cette formation dans votre entreprise

Code produit : **PROJMH**

- Vous examinerez les étapes clés du processus de l'achat public hospitalier et les enjeux stratégiques à adresser pour chaque partie prenante de l'entreprise.
- Vous serez en mesure de mieux déterminer « qui » doit faire « quoi » dans l'entreprise.
- Vous préparerez votre boîte à outils pour préparer, créer et suivre votre réponse à un appel d'offres, avec l'aide de toutes les ressources de votre entreprise.

PROGRAMME

Jour 1

Les marchés publics hospitaliers

- Comment s'organise le processus achat dans l'appel d'offres ?
- Pouvons-nous trouver les vrais besoins de l'acheteur dans les documents de la consultation ?
- Pourquoi devons-nous « catégoriser » les marchés avant d'y répondre ?
- Quelles raisons influencent les critères du marché ?
- Que disent les acheteurs sur les mémoires techniques des entreprises ?

La réponse à un appel d'offres

- Comment mettre en place une stratégie de réponse au travers du processus Go/No go ?
- Que faut-il anticiper avant de rédiger une réponse pour gagner un marché ?
- Quels outils utiliser pour renforcer nos points forts et nos atouts ?
- L'exécution du marché et la vie du marché : comment fidéliser l'acheteur ?
- Exercice en groupe
  - Au travers des critères de la consultation, identifier les vraies « raisons » de l'acheteur ?
  - Quels supports nous permettraient de répondre à ses attentes ?
  - Correction sur la base d'exemples du formateur

Le mémoire technique : le reflet de nos atouts

- À quoi sert un mémoire technique pour un produit pharmaceutique et à quelle phase du processus achat répond-il ?
- À qui est-il destiné et que doit-il contenir en termes de qualité d'informations ?
- Quels sont les points clés du mémoire technique (entreprise, produit, développement durable etc.)?
- Caractéristiques, avantages et bénéfices du mémoire technique

Atelier pratique et exercice en groupes :

- Sur la base d'un cas réel, organisez les informations par « pôle/département »
- Pour chacun des pôles, quels sont nos points forts et atouts ?
- Structurer notre stratégie de réponse (sur le fond et la forme)
- Exemple de trame de mémoire technique : comment personnaliser le nôtre ?

Jour 2

Si nous gagnons le marché, comment allons-nous piloter ?

- Que signifie un contrat de « performance » ?
- À quoi sert-il et a qui est-il destiné ?
- À quelle phase du processus achat, notre contrat apporte-t-il des réponses et des engagements ?
- Pour quelles raisons, ce type de contrat peut-il rassurer l'acheteur ?
- Exemple de contrat de performance du côté de l'acheteur

Le contrat de « Performance » ou contrat de progrès

- Par quelles thématiques l'acheteur influe-t-il sur le contrat de pilotage ?
- Quels sont les points clés du contrat de performance ?
- Caractéristiques, avantages et bénéfices du contrat de performance ?

Atelier pratique et exercice en groupe

- Sur la base du même cas réel, « vendons » nos points forts et nos atouts
- Comment hiérarchiser nos informations stratégiques ?

PROGRAMMATION

Organisez cette formation dans votre entreprise, au bénéfice de vos seuls salariés. Le programme de votre formation peut être adapté à vos process et spécificités. **Contactez-nous.**

CONTACT

Lisa FERNANDEZ
01 41 10 26 91
l.fernandez@ifis.fr

- Structurer notre trame de document pour rassurer l'acheteur lors de sa lecture
- Exemple de trame de contrat de performance : comment personnaliser le nôtre ?

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Déterminer les rôles et responsabilités de chaque acteur interne/externe intervenant dans le processus d'un achat public hospitalier.
Analyser les besoins, les contraintes et les outils de l'acheteur hospitalier, ainsi que ses obligations contractuelles.
Valider une méthodologie de réponse en équipe en « mode projet » et l'expliquer pour mieux la reproduire.
Créer sa « boîte à outils » pour optimiser la qualité des informations pertinentes et les utiliser dans les réponses aux marchés publics hospitaliers.
Identifier les actions à mettre en œuvre en fonction d'un marché hospitalier gagné ou perdu.

PUBLIC CONCERNÉ

Tout collaborateur en lien avec les marchés publics hospitaliers.

INTERVENANTS

Franck CHEVALLIER

Consultant formateur dans les domaines des marchés publics et de la vente, il a une longue expérience sur la problématique de la gestion des processus ainsi que de l'optimisation des chances dans la réponse aux consultations publiques. Détenteur d'un MBA en management des organisations, ainsi que du MBA Juriste Commande Publique de l'université Toulouse 1 Capitole, il a été directeur national des ventes pendant près de dix ans au sein de Medtronic France. Il se consacre depuis 2018, à la formation et l'accompagnement stratégique et opérationnel des entreprises des produits de santé.

PÉDAGOGIE

Méthode I Méthodologie participative et structurée autour d'exposés théoriques, d'exercices pratiques, d'études de cas, de mises en situation, de brainstorming, de la confrontation de l'expérience de chacun et de jeux de rôles.

PRÉ-REQUIS

Prérequis : être en lien avec les marchés publics hospitaliers depuis au moins un an.
Chaque formation donne lieu à l'envoi d'une attestation de fin de formation.

ÉVALUATION DES ACQUIS

Évaluation par quiz de type QCM pouvant être effectué post-formation sur plateforme informatique ou sur papier.
À l'issue de l'évaluation des acquis, les résultats sont communiqués.

PROGRAMMATION

Organisez cette formation dans votre entreprise, au bénéfice de vos seuls salariés. Le programme de votre formation peut être adapté à vos process et spécificités. **Contactez-nous.**

CONTACT

Lisa FERNANDEZ
01 41 10 26 91
l.fernandez@ifis.fr

PROGRAMMATION

Organisez cette formation dans votre entreprise, au bénéfice de vos seuls salariés. Le programme de votre formation peut être adapté à vos process et spécificités. **Contactez-nous.**

CONTACT

Lisa FERNANDEZ
01 41 10 26 91
l.fernandez@ifis.fr