

## Revalider la décision de réponse (Bid/No Bid)

Entre votre décision initiale (le Go/No Go) – souhaiter ou non participer à la consultation – et le moment où vous avez achevé l'analyse de l'appel d'offres, des éléments importants ont pu apparaître : un changement dans les spécifications de la demande, l'indisponibilité soudaine de ressources internes sur lesquelles vous comptiez, un cahier des charges qui s'avère orienté trop nettement vers un concurrent, etc. Est-il toujours opportun de répondre ? Avez-vous réellement des chances sérieuses de gagner ? De manière pratique, il convient de reprendre la fiche Go/No Go, de la réactualiser et reconsidérer si les changements sont de nature à diminuer sérieusement vos chances de gagner cet appel d'offres.

Si vous décidez de ne pas répondre au final, vous devrez en avertir le client – et le ménager. En effet, il va vous falloir expliquer votre décision de vous retirer, sans vous priver de la possibilité de collaborations ultérieures. Même s'il est possible que votre interlocuteur apprécie une réponse sincère et franche, du type « nous estimons ne pas avoir la meilleure solution du marché », ce comportement louable risque fort de faire désormais figurer votre offre sur la liste noire des solutions qui ne répondent *a priori* pas à ce type de besoin.

Par exemple, lorsque Pierre Consult reçoit un cahier des charges auquel il n'aura pas le temps de répondre, il est préférable pour lui d'indiquer : « Ce cahier des charges entre complètement dans nos possibilités de collaboration, mais toutes nos équipes sont actuellement mobilisées et ne peuvent vous proposer une réponse sérieuse et professionnelle. Nous serions heureux de vous proposer une offre au cours d'une prochaine consultation (ou bien avec un délai de réponse de deux mois au lieu du mois demandé). »

Évitez de décliner l'invitation à participer dans les termes suivants : « Nous ne pensons pas être à même de vous faire la meilleure offre, et préférons ne pas répondre. »

Nous vous recommandons d'user de prudence et de suivre l'exemple de nombreuses entreprises qui usent d'un artifice : « Nous n'avons pas actuellement les ressources pour pouvoir répondre de manière qualitative à votre demande (du fait des congés annuels, des RTT, de la mobilisation à 100 % des équipes...). »

Si au contraire, vous êtes renforcé dans votre volonté de participer à la bataille, alors c'est le moment de mettre à jour votre plan d'actions commerciales ainsi que votre table d'actions.

*Exemple de fiche d'actions pour Pierre Consult*

Priorité	Actions	Qui ?	Quand ?
1	Monter un partenariat avec un autre cabinet basé à Prague.	Pierre	Avant le...
2	Chercher de l'information sur le concurrent ACCENTOR	Service marketing	
3	Rencontrer le directeur des achats pour lui proposer certains avantages.	Pierre	
4	Rassembler les éléments sur un client gagné qui avait les mêmes types de problématiques. Lui demander l'autorisation d'être contacté par la société soumissionnaire.	Pierre	
5	En fonction du résultat des trois actions ci-dessus, décider de répondre ou pas.	Pierre et son partenaire	