

Proposal management : pour faire danser les éléphants

09-11-2006

Très répandues au Etats-Unis, au point de justifier l'existence d'une association des professionnels de leur mise en œuvre (APMP), les techniques de proposal management sont peu courantes en France.

Le proposal management vise, dans la démarche commerciale, à renforcer la défense des marges par une meilleure formulation de la valeur ajoutée du fournisseur. On retrouve naturellement dans cette approche la dialectique du contenu et du contenant. Sur le fond, le proposal management recommande, à la façon cartésienne, de décomposer la valeur ajoutée en autant de segments qu'il est nécessaire pour justifier les avantages comparatifs du fournisseur.

C'est ainsi qu'on peut expliquer des prix supérieurs à la concurrence. Dans la forme, le proposal management s'attache surtout à ce que les propositions écrites soient cohérentes avec les engagements verbaux préalables. Il va sans dire qu'une attention particulière est apportée à la simplicité et à l'exactitude des propositions. Si des modules figurent dans de nombreux CRM, le proposal management est toutefois plus une méthode qu'un outil logiciel. Particulièrement adapté à la vente B to B de produits et services banalisés, le proposal management est réputé permettre très vite des améliorations de productivité commerciale d'environ 30%

Le commentaire oomark

En France, la société Jack in the Box est spécialisée dans le déploiement des techniques de proposal management. Récompensée en 2004 par le Trophée du Monde Informatique, elle est un des rares acteurs engagés dans cette méthodologie prometteuse. On lira avec intérêt le témoignage de son client Xerox.