



PROGRAMME DE FORMATION

Évaluer la performance
commerciale à travers des
indicateurs clé



07 49 41 72 01



slolearn.contact@gmail.com

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel au région parisienne.

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.
Contact : slolearn.contact@gmail.com / 07 49 41 72 01

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique

Prérequis

- Maîtriser les fondamentaux de la démarche commerciale
- Disposer de notions de base en calcul (pourcentages, ratios)
- Utiliser un tableur (Excel ou équivalent)

Public concerné

Managers commerciaux, responsables des ventes, chefs d'équipe, commerciaux grands comptes, dirigeants de TPE/PME et toute personne souhaitant piloter la performance commerciale par les indicateurs.



Objectifs pédagogiques et compétences visées

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Analyser les indicateurs clés de performance commerciale (panier moyen, taux de signature, marge par affaire) afin d'identifier les forces et axes d'amélioration.
- Calculer et interpréter les principaux KPI commerciaux à partir de données réelles ou simulées.
- Comparer les résultats obtenus aux objectifs fixés pour mesurer l'efficacité des actions commerciales.
- Diagnostiquer les écarts de performance et déterminer leurs causes (processus, argumentaire, ciblage client, pricing).
- Mettre en œuvre des actions correctives adaptées pour optimiser le taux de transformation, la valeur des ventes et la rentabilité.

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Présentations dynamiques, cas chiffrés, tableaux de bord projetés
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique avec modèles de tableaux de bord et matrices d'analyse
- Études de cas réels : Exploitation de données commerciales simulées ou issues des participants
- Évaluations formatives : Exercices de calcul, quiz, travaux d'analyse en sous-groupes

Durée

14 heures

Tarif

680€ TTC



Planning de formation

Jour 1 : Comprendre et calculer les indicateurs clés de performance

08h00 – 08h30 : Introduction et cadrage des enjeux

- Identifier les attentes individuelles et collectives
- Définir la notion de performance commerciale
- Structurer les différents types d'indicateurs (activité, efficacité, rentabilité)

08h30 – 10h00 : Les KPI fondamentaux de la performance commerciale

- Définir le panier moyen, le taux de signature, la marge par affaire
- Identifier les formules de calcul adaptées à chaque indicateur
- Distinguer indicateurs de moyens et indicateurs de résultats

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Calculer les KPI à partir de données commerciales

- Manipuler des données chiffrées sous tableur
- Calculer le taux de transformation, le chiffre d'affaires moyen et la marge
- Interpréter les résultats obtenus à partir de cas pratiques

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Analyser les résultats et identifier les tendances

- Comparer les résultats aux objectifs fixés
- Identifier les écarts significatifs
- Hiérarchiser les priorités d'amélioration

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Construire un tableau de bord commercial pertinent

- Sélectionner des indicateurs cohérents avec la stratégie
- Structurer un tableau de bord synthétique et exploitable
- Formaliser des indicateurs d'alerte



Jour 2 : Diagnostiquer les écarts et optimiser la performance

08h00 – 08h30 : Synthèse des acquis et quiz de réactivation

- Reformuler les principaux KPI étudiés
- Vérifier la maîtrise des formules de calcul
- Identifier les points nécessitant approfondissement

08h30 – 10h00 : Diagnostiquer les écarts de performance

- Analyser les causes liées au processus commercial
- Examiner l'impact de l'argumentaire et du ciblage client
- Évaluer l'influence de la politique tarifaire sur la marge

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Identifier les leviers d'optimisation

- Déterminer les actions pour améliorer le taux de transformation
- Optimiser le panier moyen par des techniques d'up-selling et cross-selling
- Ajuster le pricing pour sécuriser la rentabilité

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Élaborer un plan d'action correctif

- Structurer un plan d'amélioration basé sur les indicateurs
- Prioriser les actions selon leur impact et leur faisabilité
- Définir des objectifs mesurables et des indicateurs de suivi

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Mise en situation finale et évaluation

- Analyser un cas commercial complexe
- Calculer et interpréter les KPI associés
- Présenter un diagnostic argumenté et proposer des actions correctives

Méthode d'évaluation

Évaluation finale sous forme de mise en situation managériale complexe où chaque participant devra démontrer sa maîtrise des compétences clés acquises durant la formation, suivie d'un débriefing personnalisé avec le formateur.

