



KPIs VENTE

1/ Nombre de rendez-vous / meetings

- Quantité de rendez-vous physiques ou visio fixés sur une période donnée.
- Permet d'évaluer l'effort de prospection et de détecter les goulots d'étranglement.

2/ Nombre de leads

- Quantité de contacts ou prospects envoyés à la force de vente.
- Mesure l'apport des actions marketing dans l'effort commercial.

3/ Taux de qualification

- Proportion de leads entrants ou outbound qui passent le stade de "lead qualifié".
- Mesure la pertinence des contacts ciblés et l'aptitude des commerciaux à qualifier rapidement les opportunités.

4/ Taux de prise de rendez-vous

- Nombre de rendez-vous obtenus sur le total d'actions de prospection.
- Mesure l'efficacité des méthodes de prospection de l'équipe.

5/ Taux de présence

- Pourcentage de rendez-vous effectivement honorés par les prospects.
- Informe sur la qualité de la qualification préalable et la sécurisation des rdv.

6/ Taux de conversion prospects/clients

- Pourcentage de prospects transformés en clients.
- Indique l'efficacité des actions commerciales et marketing.

7/ Analyse des affaires perdues (Qualitative et Quantitative)

- Analyse approfondie des raisons de gain ou de perte sur chaque opportunité.
- Aide à ajuster la stratégie commerciale et l'argumentaire de vente.

8/ Chiffre d'affaires (CA) / Prise de commande

- Montant total des ventes réalisées sur une période donnée.
- Permet de mesurer la performance commerciale globale.

9/ Cycle de vente moyen

- Temps moyen nécessaire pour transformer un prospect en client.
- Permet de repérer les blocages et d'optimiser le processus de vente.

10/ Vitesse du pipeline

- $(\text{Nombre d'opportunités} * \text{Valeur moyenne d'une opportunité} * \text{Taux de conversion}) / \text{Durée moyenne du cycle de vente}$.
- Évalue la vitesse à laquelle le pipeline se transforme en chiffre d'affaires.

11/ Taux de rétention client

- Pourcentage de clients qui restent actifs sur une période donnée.
- Montre la fidélité de la clientèle et la satisfaction client.

12/ Valeur Vie Client (CLV / LTV)

- Revenus totaux générés par un client moyen au cours de sa "vie" de client.
- Aide à déterminer le budget d'acquisition et les stratégies de fidélisation.

13/ Coût d'acquisition client (CAC)

- Coût moyen pour acquérir un nouveau client.
- Mesure l'efficacité des investissements marketing et commerciaux.

14/ Taux d'upsell/cross-sell

- Pourcentage de ventes additionnelles ou complémentaires auprès des clients existants.
- Montre la capacité à développer davantage de revenus par client.

15/ Précision du forecast (prévision des ventes)

- Écart entre les ventes prévisionnelles et les ventes réelles.
- Évalue la fiabilité des prévisions et la qualité de la planification.



KPIs LEADERSHIP

1/ eNPS de l'équipe

- Mesure du niveau de motivation et d'implication de l'équipe commerciale.
- Indique le climat global de travail et la satisfaction interne.

2/ Taux de rétention des talents

- Pourcentage de commerciaux clés qui restent dans l'organisation sur une période donnée.
- Évalue la capacité à fidéliser et faire grandir les meilleurs éléments.

3/ ROI des programmes de formation

- Valeur générée par la formation de l'équipe.
- Mesure l'efficacité des actions de développement des compétences.

4/ Efficacité de la communication interne

- Rapidité et clarté de circulation des informations au sein de l'équipe.
- Impacte la réactivité commerciale et la prise de décision.

5/ Indice d'innovation

- Capacité de l'équipe à proposer des solutions créatives (nouvelles offres, nouveaux canaux de vente).
- Montre l'aptitude à se différencier et à s'adapter au marché.

6/ Taux d'objectifs atteints par l'équipe

- Pourcentage de commerciaux atteignant ou dépassant leurs cibles individuelles.
- Évalue la pertinence des objectifs fixés et la performance collective.

7/ Réseau et influence sectorielle

- Mesure la participation à des événements clés (à l'interne et à l'externe).
- Renforce les synergies avec les autres départements et l'attractivité de l'équipe.

8/ Indice d'alignement avec la stratégie d'entreprise

- Les projets et priorités s'intègrent dans la vision et la mission de l'entreprise.
- Favorise la cohérence entre ambitions individuelles et objectifs collectifs.



KPIs PERSONNELS

1/ Développement professionnel continu

- Évaluation de la participation à des formations, conférences, certifications.
- Montre la volonté d'apprendre et de progresser en tant que Directeur Commercial.

2/ Gestion du temps et productivité

- Capacité à planifier et respecter les priorités (réunions, suivi clients, coaching d'équipe).
- Impact direct sur l'efficacité quotidienne.

3/ Alignement avec l'ambition personnelle et le cap

- Sentiment de cohérence entre la vision de l'entreprise et le projet professionnel.
- Favorise la pérennité de la performance et le bien-être dans l'entreprise.

4/ Santé et bien-être

- Indicateurs de bonne santé physique et mentale (stress, satisfaction globale).
- Influence la capacité à gérer l'équipe et à prendre des décisions pertinentes.

5/ Indice de conscience de soi

- Capacité à reconnaître ses forces, ses limites et à s'améliorer en continu.
- Renforce la crédibilité et l'authenticité vis-à-vis de l'équipe.