Piloter la performance commerciale

Tableaux de bord : piloter la performance commerciale

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | CIAL-C19TBBOARD | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 580 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Déterminer les indicateurs indispensables pour le suivi de la performance commerciale.
- Construire un tableau de bord commercial efficace.
- Piloter son activité commerciale et manager son équipe en s'appuyant sur son tableau de bord commercial.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Avoir une expérience du management commercial.

Public concerné

Managers commerciaux, responsables des ventes et directeurs commerciaux souhaitant structurer ou optimiser leur pilotage de la performance.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Définir les objectifs et structurer son tableau de bord

- Identifier le rôle d'un tableau de bord commercial et définir une structure adaptée à ses objectifs.
- Définir clairement les résultats commerciaux attendus et les traduire en indicateurs mesurables.
- Identifier les sources de données (ventes, activité, satisfaction client…) à collecter.
- **Atelier :** cartographier les activités commerciales à piloter avec un tableau de bord.

Choisir et hiérarchiser les indicateurs clés adaptés

- Connaître les caractéristiques d'un bon KPI.
- **S**électionner les indicateurs quantitatifs et qualitatifs les plus adaptés (CA, marge, taux de conversion, cycle de vente, satisfaction client, NPS…).
- Prendre en compte les parties prenantes externes pour choisir les indicateurs.
- Relier chaque indicateur à une action possible
- **Atelier** : Construire une matrice de sélection des KPIs les plus pertinents pour son entreprise.

Construire son tableau de bord commercial

- Choisir un support de tableau de bord adapté à ses usages, à ses objectifs de pilotage et aux pratiques de son organisation.
- Structurer l'information pour une lecture rapide : graphiques, couleurs, alertes visuelles.
- Identifier les conditions d'un tableau de bord dynamique et régulièrement mis à jour.
- **Atelier** : Créer un tableau de bord initial et apprendre à analyser les chiffres, à calculer les écarts et formaliser la priorisation commerciale.

Fiabiliser les données commerciales et structurer leur remontée

- Identifier les sources de données fiables et automatiser leur remontée.
- Définir les règles de collecte, de mise à jour et de consolidation.
- Repérer les erreurs fréquentes qui faussent l'analyse.

- Faire adhérer le tableau de bord par ses équipes commerciales et assurer la remontée efficace des informations.

Manager et motiver ses équipes avec des tableaux de bord

- Utiliser les chiffres comme outils de management : partager, échanger, motiver et challenger son équipe.
- Mesurer l'efficacité des actions commerciales de son équipe avec le tableau de bord.
- Utiliser les données pour challenger, accompagner et ajuster les pratiques.
- **Atelier :** animer une réunion d'équipe avec le tableau de bord.

Optimiser son tableau de bord et l'adapter en continu

- Identifier les KPIs inutiles ou obsolètes et les remplacer par des indicateurs plus pertinents.
- Évaluer l'efficacité des tableaux de bord existants et les ajuster selon l'évolution des objectifs.
- Identifier les apports possibles de l'IA pour questionner les données et formuler des pistes d'action.
- Faire évoluer son tableau de bord en fonction du marché et des besoins commerciaux.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.