

# 10 KPI COMMERCIAUX INCONTOURNABLES

Le panier moyen

1



2

Le chiffre d'affaires généré

La marge commerciale

3

4

Le nombre de ventes  
dans votre pipeline



Le taux de conversion de  
prospect à client

5

6

Le délai moyen entre la détection  
d'un prospect et la prise de contact

Le nombre de RDV clients  
ou prospects faits

7

8

Le taux de rétention client

Le coût d'acquisition client

9



10

Le taux de réclamations  
sur les ventes conclues

# ET COMMENT LES CALCULER



1

## LE PANIER MOYEN

Soit la somme moyenne dépensée par client par achat.  
= chiffre d'affaires / nombre de commandes

2

## LE CHIFFRES D'AFFAIRES (CA) GÉNÉRÉ

Soit la somme des ventes effectuées par une entreprise.  
= prix de vente \* quantités vendues

3

## LA MARGE COMMERCIALE (MC)

Soit le bénéfice réalisé par vente de produit ou service.  
= le CA HT - le coût HT des achats consommés

4

## LE NOMBRE DE VENTES DANS VOTRE PIPE

Intéressez-vous au nombre de ventes conclues, en cours et perdues. Ce KPI vous permettra d'identifier les failles de votre pipeline commercial.

5

## LE TAUX DE CONVERSION PROSPECT - CLIENT

Soit la proportion de prospects qui deviennent clients.  
= (NB de nouveaux prospects / NB de clients acquis) \* 100

6

## LE DÉLAI MOYEN DE PRISE DE CONTACT

Soit le temps écoulé entre la détection d'un prospect et la 1ère prise de contact par un(e) commercial(e).

7

## LE NOMBRE DE RENDEZ-VOUS FAITS

Autrement dit, le nombre de RDV effectués par un commercial avec un prospect ou un client. Ce KPI est intéressant à suivre par commercial.

8

## LE TAUX DE RÉTENTION CLIENT (CRR)

Soit la proportion de clients acquis qui restent réellement clients sur un période donnée (P).  
= [(NB de clients à la fin de P - NB de clients acquis sur P) / NB de clients au début de P] \* 100

9

## LE COÛT D'ACQUISITION CLIENT (CAC)

Autrement dit le montant dépensé par une entreprise pour acquérir un nouveau client.  
= dépenses marketing + commerciales liées à l'acquisition client / nombre de clients acquis

10

## LE TAUX DE RÉCLAMATIONS SUR LES VENTES

Soit la proportion de ventes ayant fait l'objet d'une réclamation de la part d'un client.  
= (NB de ventes avec réclamation / NB total de ventes) \* 100

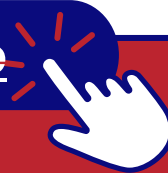
# ENVIE D'ALLER PLUS LOIN ?



1

**Créez des tableaux de bord commerciaux lisibles et efficaces**

**Je me lance**



2

**Optimisez votre processus de reporting commercial en place**

**C'est parti**



3

**Découvrez comment passer du simple reporting au pilotage commercial**

**Dites-moi tout**



Business Intelligence

## 4 raisons d'opter pour Solutions

**Besoin d'un expert BI ?**



Une intégration efficace et sûre



Une compréhension claire de vos besoins



Un accompagnement complet

**Un intégrateur en Business Intelligence de proximité expérimenté en reporting commercial.**



- Une équipe d'experts en reporting certifiés
- 20 ans d'expérience en intégration de logiciels
- Une offre de logiciels de BI et reporting de pointe (Microsoft Power BI, MyReport BE, etc.)

**Nous contacter**

