

## Formation Marketing Avancé : Tableaux de bords et outils décisionnels

<b>Durée :</b>	2 jours
<b>Public :</b>	Responsable Marketing
<b>Pré-requis :</b>	Connaissance d'Excel
<b>Objectifs :</b>	Concevoir et mettre en œuvre un système de tableaux de bord adapté aux spécificités de l'entreprise. Construire et mettre en place des indicateurs pour l'interne et externe Elaborer des tableaux de bord qualité adaptés aux fonctions de l'entreprise Analyser les différentes phases de la mise en œuvre des tableaux de bord opérationnels dans l'entreprise.
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	MAR100186-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	2,75 / 5

### Les enjeux de la mesure de la performance

Comprendre la démarche du tableau de bord pour l'entreprise et le management  
Les données du pilotage  
Définition d'un indicateur, d'un tableau de bord  
Les variables  
Critères et paramètres d'un indicateur  
Les enjeux de la performance  
Le découpage du tableau de bord

**Atelier pratique :** Mise en place d'une équipe projet

### Elaboration d'un tableau de bord

La mise en évidence du message au travers de l'indicateur  
Les différents types d'indicateurs  
Du recueil de besoin à l'exploitation  
Les tableaux de bord de pilotage  
Le tableau de bord de projet  
Le tableau de bord de mesure de la performance

**Atelier pratique :** Définition d'un projet de Tableau de bord par groupe

### Sélectionner les indicateurs les plus significatifs

Définition d'un indicateur

Les différents types d'indicateurs

La mise en évidence du message au travers de l'indicateur

Du recueil de besoin des différents acteurs

Choisir, cibler les indicateurs en fonction des objectifs et des besoins

Hiérarchiser les indicateurs de résultat, de progression de pilotage, de reporting de gestion

**Atelier pratique** : Définition des types d'indicateurs à mettre en place

### **La conception d'indicateur**

Les acteurs – Les destinataires de documents

Les objectifs spécifiques à chaque processus

Les demandeurs

La méthode de mise en place

Choix des critères et des paramètres

Définition des objectifs et des seuils d'alerte

Sélection des indicateurs clés et déployer les plans d'actions

**Atelier pratique** : Définition d'indicateurs

### **L'exploitation des tableaux de bord**

Fédérer son équipe autour de tableaux de bord - outil d'aide à la décision

Construire un tableur avec un mode d'emploi

Communiquer avant d'afficher

La saisie des informations

L'exploitation des tableaux de bord pour décider

Communiquer sur les résultats

L'analyse et les réactions face aux écarts

Analyser les résultats et planifier des actions d'amélioration

Suivre l'efficacité des indicateurs et leurs tableaux de bord

Optimiser ses tableaux de bord : circulation de l'information, évolution des indicateurs

Vérifier l'efficacité des processus à partir des indicateurs de performance déterminés

**Atelier pratique** : comment mettre en place la communication autour de ses tableaux de bord ?