

Formation Marketing Avancé : Tableaux de bords et outils décisionnels

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 500,00 € HT (standard) 1 200,00 € HT (remisé)
■ Public :	Responsable Marketing
■ Pré-requis :	Connaissance d'Excel
■ Objectifs :	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.
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR100186-F
■ Note de satisfaction des participants:	2,75 / 5

■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

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 ?