

## 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 ?