

Formation Marketing Avancé : Tableaux de bords et outils décisionnels

Durée :	2 jours
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.
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	MAR100186-F
Note de satisfaction des participants:	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 ?