

Audit commercial

Les dirigeants doivent challenger régulièrement la performance commerciale de leurs équipes. L'Audit commercial mesure les couples efforts X résultats et évalue la pertinence des offres Marketing. Les livrables d'une démarche d'Audit commercial sont multiples :

- reconfigurer les processus de vente en intégrant les outils modernes
- dimensionner l'organisation commerciale au regard de sa productivité
- identifier les avantages concurrentiels à valoriser.

Objectifs

- Dynamiser les efforts commerciaux pour augmenter la performance
- Renforcer la compétitivité de l'offre marketing
- Adapter le mix distribution aux évolutions du marché
- Restructurer les forces de vente en fonction des volumes de marges brutes

Audit Commercial



Segment :	Année n-1	Année n	BUDGET n+1		
			Δ / n-1	Δ / n-1	Δ / R
NB de clients					
Pénétration %					
CA par client					
Saturation %					
Part de marché %					
CA Tarif					
Achats					
Coûts de production					
Marge brute					
Coûts fdv					
Coûts marketing					
Coûts logistique					
Marge commerciale					

Recommandations API

- Ne braquez pas vos forces de vente par une évaluation critique
- Privilégiez la connaissance terrain des actes commerciaux et des attentes clients
- Assurez sur la cohérence Mission/Structure/Outils