



## FORMATION

### LE TABLEAU DE BORD MARKETING, OUTIL ESSENTIEL DE PILOTAGE D'ACTIVITÉ

DUREE  
1 jour

#### • OBJECTIFS •

Etre capable de mettre en place des indicateurs de mesure et suivi pertinents

#### • PUBLIC •

Direction Marketing, Responsable Marketing/Communication, Chefs de projet Marketing/Digital

#### • PROGRAMME •

##### Introduction

- Qu'est ce qu'un KPI marketing ?
- Les différents types de tableaux de bord
- Les enjeux

##### Choisir les indicateurs pertinents

- Identifier les besoins et axes stratégiques de l'entreprise et de l'équipe
- Définir les objectifs clés
- Déterminer les différents niveaux d'indicateurs
  - Indicateurs d'engagement
  - Indicateurs inbound et outbound
  - Indicateurs de rentabilité et performance
  - Indicateurs de suivi de campagnes
  - Indicateurs de notoriété de marque
- Choix des indicateurs de performance et pilotage et hiérarchisation

##### Construire et piloter un tableau de bord - Méthodologie

- Identifier les sources de données
- Conception matérielle : les règles de présentation
- Les représentations graphiques adaptées
- Utilisation, mise à jour, outils
- L'importance des normes

##### Exploitation et diffusion

- La communication et l'animation
- Les différents supports de communication

#### • OUTILS PEDAGOGIQUES •

- Présentations illustrées
- Discussions – Echanges de bonnes pratiques
- Exercices et Travaux de groupes