



## FORMATION

### TABLEAUX DE BORDS ET KPIS : WEB MARKETING ET SUIVI CLIENT

DUREE  
1 jour

#### • OBJECTIFS •

Mettre en place les indicateurs de performance d'un secteur ou service par la mise en place d'un outil de gestion dynamique et participatif

#### • PUBLIC •

Managers

#### • PROGRAMME •

##### Tableaux de bords et KPI's comme outils de mesure de la performance

- Les événements déclencheurs
- Les différents rôles (communiquer, évaluer, analyser, prioriser...)
- Les enjeux

##### Choisir les indicateurs pertinents

- Identifier les besoins et axes stratégiques de l'entreprise/du service
- Définir les objectifs clés
- Déterminer les différents niveaux d'indicateurs
- Choix des indicateurs de performance et pilotage et hiérarchisation

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

- Identifier les source de l'information
- 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

##### Cas pratiques

- Cas d'usage 1 & Réflexion collective : Webmarketing
- Cas d'usage 2 & Réflexion collective : Customer Healthscore

#### • OUTILS PEDAGOGIQUES •

- Exposés
- Exercices
- Travaux de groupe