

Indicateurs clés de suivi commercial

KPI	Définition	Utilité principale	Exemple chez NovaTextile	Calcul / Formule
Chiffre d'affaires (CA)	Montant total des ventes réalisées sur une période donnée	Mesurer le volume des ventes et la performance globale	CA mensuel réalisé sur les tissus techniques et/ou tous produits	Somme des ventes (€) réalisées sur la période considérée
Taux de conversion	Pourcentage de prospects transformés en clients	Évaluer l'efficacité des actions commerciales	% de prospects contactés qui signent un devis	$(\text{Nombre de clients acquis} \div \text{Nombre total de prospects contactés}) \times 100$
Panier moyen	Montant moyen dépensé par client lors d'une commande	Suivre la valeur moyenne des ventes par client	Valeur moyenne en € d'une commande chez NovaTextile	$\text{Chiffre d'affaires total} \div \text{Nombre total de ventes}$
Durée moyenne du cycle de vente	Temps moyen entre le premier contact et la conclusion de la vente	Optimiser la rapidité et l'efficacité du processus commercial	Nombre de jours pour finaliser une commande	Moyenne des durées (en jours) entre premier contact et signature de commande
Taux de rétention client	Pourcentage de clients qui renouvellent leurs achats	Mesurer la fidélité et la satisfaction client	% clients revenant passer commande chez NovaTextile	$(\text{Nombre de clients récurrents} \div \text{Nombre total de clients sur la période précédente}) \times 100$

Nombre de devis envoyés	Nombre total de devis émis sur une période	Quantifier l'activité commerciale et la prospection	Devis envoyés mensuellement par Yacine / l'équipe commerciale	Comptage simple du nombre de devis émis
Taux de réussite des devis	Pourcentage de devis acceptés par rapport aux devis envoyés	Évaluer la qualité des offres et la négociation commerciale	% devis transformés en commandes	$(\text{Nombre de devis acceptés} \div \text{Nombre total de devis envoyés}) \times 100$
Saisonnalité des ventes	Variation des ventes selon les périodes de l'année	Anticiper les fluctuations, adapter la production et les efforts commerciaux	Pic ou baisse des commandes sur une période précise	Analyse comparative des ventes par période / mois par rapport à la moyenne annuelle ou historique
Marge commerciale	Différence entre le prix de vente et le coût d'achat des produits	Mesurer la rentabilité des ventes	Montant de marge sur chaque m ² de tissu vendu (variable selon les types de tissus et les remises accordées)	Prix de vente – Coût d'achat